emi

L'École des métiers de l'information

D'une journée à une année

Construire des parcours de formation

Catalogue 2014

Journalisme
Communication
Multimédia
Photo
Vidéo
Graphisme
Édition

L'École des mét de l'information,

UNE ÉCOLE

Depuis maintenant trente ans, l'École des métiers de l'information (emi), qui s'est d'abord appelée le Centre de formation et de documentation (CFD), a formé des centaines de professionnels aux métiers de la presse, de l'information et de la communication. Nous ne sommes pas une école par hasard : nous croyons aux valeurs que porte ce mot : apprentissage, exigence, mais aussi respect de l'autre. Venues de l'enfance, ces valeurs se respectent et se partagent à l'âge adulte.

UN CENTRE DE FORMATION PROFESSIONNELLE

L'École des métiers de l'information s'inscrit dans la logique de la formation professionnelle pour adultes. Elle poursuit un double objectif. D'abord permettre à des personnes, en activité ou en demande d'emploi, d'apprendre un nouveau métier, afin de changer d'orientation. Ensuite faciliter pour les professionnels de la presse, de l'édition, du graphisme et de la communication l'acquisition de nouvelles pratiques et techniques, de nouveaux logiciels et outils. Pour changer de métier, se perfectionner, évoluer professionnellement, quel que soit le projet, l'emi propose l'offre de formation la plus complète pour répondre aux besoins des stagiaires. Parcours personnalisés sur mesure, formations diplômantes, perfectionnements longs, cours du soir, « sur mesure », le catalogue de l'emi propose un accompagnement et une réponse personnalisés à tous les projets de formation.

UN LIEU DE RENCONTRES

Situés au cœur de Paris, à deux pas de Strasbourg-Saint-Denis et des gares du Nord et de l'Est, les locaux de l'École des métiers de l'information – dix salles équipées des dernières générations de Mac – accueillent régulièrement des soirées où se mélangent « anciens » et « nouveaux » pour partager convivialité et informations. Les locaux de l'école hébergent aussi des réunions de collectifs, des présentations de projets, des conférences. Nous nous voulons un lieu de vie et de partage et pas seulement une école ouverte – et fermée – à heures fixes.

UNE COOPÉRATIVE DE FORMATION POUR UN PROJET COLLECTIF

Depuis 1995, l'École des métiers de l'information est une Société coopérative de production (Scop). La coopérative place les salariés au cœur de son projet, à l'opposé des sociétés commerciales classiques, qui privilégient la distribution de dividendes à des actionnaires investisseurs. La coopérative s'appuie sur les compétences de ses salariés pour développer son activité. Concrètement, le capital de la société est détenu majoritairement par ses salariés, et chacun des nouveaux collaborateurs a vocation à devenir associé. La Scop fait aussi une place particulière à la démocratie, selon le principe « une personne = une voix », quel que soit le montant du capital détenu par chaque sociétaire. L'assemblée générale élit ses organes de direction, sans favoriser les détenteurs les plus dotés en parts sociales. Elle débat des grandes orientations de l'école, de l'avenir de nos métiers d'information et de l'organisation des équipes.

iers c'est :

Avec des formations longues et des formations à distance, des cours du soir et des formations sur mesure, l'emi propose de nombreuses déclinaisons de ses programmes pédagogiques.

UNE ÉQUIPE

L'équipe de l'école est formée d'enseignants et de conseillers de formation et d'orientation. Autour des professeurs salariés du pôle pédagogique, plusieurs dizaines de professionnels travaillant dans des journaux, des sites Internet, des radios, des agences de presse, des médias de collectivités locales, des collectifs, des entreprises de conception Web, des studios de création graphique, des sociétés de production audiovisuelles viennent renforcer notre expertise. Avec plus de 180 formateurs intervenus dans nos différentes formations en 2013, l'emi est ainsi à la pointe des évolutions de nos métiers de l'information, de leurs pratiques et de leurs usages. Mais pour nous, chaque stagiaire est unique, et l'accompagnement personnalisé n'est pas un code de convenance. Chaque salarié de l'emi a à cœur de suivre au plus près les stagiaires de l'école, qu'ils soient présents dans nos murs une semaine ou six mois.

DES CONTACTS

Notre site
www.emi-cfd.com
Vous y trouverez l'ensemble de nos programmes et le calendrier de nos formations. Vous pouvez également dialoguer en direct avec nos conseillers.

Nos portes ouvertes
Une fois par mois, l'emi vous reçoit pour présenter nos formations. Vous pouvez également obtenir des informations sur leur financement en fonction de votre statut.

Nos rendez-vous personnalisés
Vous pouvez obtenir des rendez-vous individuels d'orientation, gratuits, avec nos responsables pédagogiques. tous les mercredis de 17 h à 19 h 30.
Renseignements au 01 53 24 68 68.

Retrouvez également l'emi sur Facebook, page emi cfd, et sur Twitter @emicfd

UN LABORATOIRE

Grâce à la veille exercée par son équipe pédagogique, l'emi est une école en constante évolution. Ainsi, ce catalogue 2014 propose plus d'une vingtaine de nouveaux modules cette année. Mais nous regardons le monde autour de nous : acteur du programme Reporter citoyen avec latelelibre.fr et cofondateur de l'Université populaire pour une information citoyenne (Upic) avec notamment Mediapart et le Cnam, l'emi se veut aussi en pointe dans l'émergence d'une information citoyenne.

L'emi se veut un lieu de vie et de partage, et pas seulement une école ouverte à heures fixes.

DES PROGRAMMES

Du stage d'une journée au parcours diplômant de neuf mois comprenant un stage en entreprise de plusieurs semaines, l'emi propose des formations toute l'année. Il est aussi possible de suivre les programmes avec nos formations à distance, nos cours du soir, nos cycles d'été. Surtout, en fonction de votre projet personnel et de vos souhaits d'orientation, vous pouvez construire avec nos conseillers des parcours individualisés. Spécialiste des formations sur mesure en entreprise – voir pages 18 et 19 – l'emi propose à ses stagiaires qui le souhaitent de construire des parcours à la carte, adaptés à leurs besoins spécifiques. Enfin, plusieurs de nos programmes peuvent se suivre à Nantes, chez notre « petite sœur », l'emi Grand Ouest (www.emi-grandouest.com ou 02 40 48 62 51).

Trouver les voies de formations

Par François Longérinas, président-directeur général, et Jean Stern, directeur pédagogique

L'ÉDITORIAL

Pour un projet de reconversion individuelle, une démarche de professionnalisation ou une adaptation aux évolutions de votre métier, l'équipe de l'École des métiers de l'information est en mesure de vous faire une proposition précise, adaptée à vos besoins, tenant compte de vos contraintes. Nos formateurs, pour la plupart des professionnels en activité, exercent une veille pointue sur les mutations des médias, de la communication et de l'édition. Nos conseillers en formation sont de véritables experts et sauront vous orienter vers les parcours de formation possibles, à partir de vos objectifs et de votre environnement professionnel.

De l' attention envers chaque personne. Ainsi, nous construirons ensemble des parcours personnalisés, de quelques heures à une année, selon les projets de chacun ou les besoins de vos équipes. Cette démarche, soucieuse du devenir de chaque personne, à partir de sa propre histoire professionnelle, nous anime depuis plus de trente ans. Notre école se trouve parmi les premiers acteurs de la mutation numérique des groupes médias français. Un réseau de plusieurs milliers de journalistes, graphistes, photographes, vidéastes et éditeurs partage avec nous un sens profond de la rigueur dans le travail et la conviction que le devoir d'informer en toute indépendance est un gage de la vie démocratique.

En œuvrant à une moralisation de la sphère médiatique par l'échange avec le public, nous entendons, dans le même temps, participer à l'émergence d'une communication «responsable» entre les institutions, les entreprises et les citoyens. La création de la première formation en France de responsable de communication éthique relève de ce défi. Celle-ci s'adresse aux acteurs de l'économie sociale et solidaire et des collectivités territoriales soucieux de maîtriser les techniques de communication, comme à des professionnels désireux de quitter le secteur privé classique.

Avoir un métier. La presse et la communication connaissent des bouleversements inédits. Le numérique bouscule un secteur qui peine

pertinentes

à stabiliser de nouveaux modèles économiques. Pourtant, il n'y a jamais eu autant de titres de presse et de livres publiés chaque année, autant d'échanges épistolaires que par les messageries électroniques. La question n'est pas de savoir s'il y a du travail ou non dans nos métiers. Il y en a ! Mais, pour tirer son épingle du jeu, il est nécessaire de maîtriser les outils techniques de production, d'apporter un regard critique sur les conditions de production de l'info, de proposer aux citoyens le recul nécessaire à la compréhension du monde dans lequel nous vivons. Les professionnels formés par l'emi sont aussi aptes à naviguer sur les réseaux sociaux et à chercher l'info sur le terrain qu'à construire des narrations multimédias pour permettre au public de saisir la complexité des événements relatés. Pour Edgar Morin, le journalisme est l'art de contextualiser. «Sans contextualisation, précise le sociologue, une connaissance devient myope, parfois aveugle. En revanche, une connaissance capable de contextualiser est plus pertinente que la science la plus sophistiquée, qui ne l'est pas. [...] Malheureusement, la prolifération d'informations, au lieu de servir à la connaissance, l'obstrue. Il faut cependant sauvegarder l'information, même si elle est gênante. Mais il faut l'intégrer dans une connaissance plus large, organisée et non dogmatique. Le journalisme n'est pas qu'une technique, c'est un art (1).»

François Longérinas.

Jean Stern.

Bien commun. L'École des métiers de l'information est une entreprise sociale et solidaire. Organisée en coopérative, elle inscrit son projet dans une démarche d'intérêt général. L'humain est notre moteur. Transmettre des savoir-faire consiste à donner à chacun les moyens de son autonomie et de son émancipation par et dans le travail.

(1) *La Vie*, 10 avril 2008.

UNE ÉCOLE, UNE ÉQUIPE, DES FORMATIONS

L'École des mét de l'information

Notre catalogue 2014 présente l'essentiel de nos formations, regroupées en trois grandes familles : les parcours qualifiants, de 4 à 9 mois, les formations de 1 mois, d'une durée de 105 à 132 h, et enfin nos modules courts, de 1 à 5 jours. Toutes nos formations sont modulaires, et il est possible de construire des parcours personnalisés. Pour mieux nous connaître, voici comment utiliser ce catalogue et avoir un panorama de l'École des métiers de l'information.

Orientation

L'emi propose une fois par mois des réunions d'information à l'école à partir de 18 heures, ainsi que deux samedis par an. Vous pouvez y rencontrer les responsables pédagogiques, qui vous aideront à vous orienter ou à préciser votre projet professionnel. L'équipe de l'emi vous aidera également à répondre à vos questions concernant le mode de financement des formations.

Par ailleurs, vous pouvez demander un entretien individuel d'orientation. Ils ont lieu le mercredi à partir de 17 heures sur rendez-vous au 01 53 24 68 68.

Formations

Les stages à l'emi peuvent durer de 1 jour à plusieurs mois. L'offre s'étend des parcours qualifiants (une année pour apprendre un métier) aux perfectionnements longs d'une durée de 1 mois, en passant par les modules courts de 1 à 5 jours (7 h par jour) pour acquérir une nouvelle compétence, jusqu'aux cours du soir, aux cycles d'été et à la formation à distance (en PAO et correction).

Sélection

Pour les parcours qualifiants, des tests écrits permettent de cerner la culture générale du candidat, sa connaissance du métier choisi, son aptitude à l'exercer. En cas de succès aux tests, un entretien avec deux membres de l'équipe pédagogique permet de valider le projet professionnel.

Pour les modules de 1 mois, nous proposons un entretien d'orientation et d'évaluation individuel sur rendez-vous. Un responsable pédagogique validera votre candidature ou vous proposera d'autres pistes de formation.

Renseignements au : 01 53 24 68 68.

Admission

Si vous êtes admis à un parcours qualifiant ou à un parcours de 1 mois, des conseillers formation vous accompagneront individuellement dans la construction de votre dossier administratif selon votre statut (salarié en CDI ou CDD, pigiste, demandeur d'emploi, etc.).

iers mode d'emploi

Admission

Si vous êtes admis à un parcours qualifiant ou à un 120 h, des conseillers formation vous accompagneront individuellement dans la construction de votre dossier administratif selon votre statut (salarié en CDI ou CDD, demandeur d'emploi, etc.).

Inscription

Pour les modules courts, les cours du soir et la formation à distance, vous pouvez obtenir un devis détaillé en nous appelant ou en ligne sur le site de l'école. Lors de cette étape, un conseiller d'orientation est à votre disposition pour vous guider dans votre choix.

Sur mesure

Pour répondre aux besoins spécifiques des équipes ou d'un salarié, l'emi a développé au fil des années une expertise afin de construire avec vous une solution adaptée à vos attentes (contenus, durée, planning) et à vos objectifs. Contactez-nous au 01 53 24 68 77.

Matériel

L'emi dispose de logiciels dernière version, que ce soit pour la PAO (InDesign, Illustrator), la photo (Photoshop, Lightroom), le multimédia et le graphisme (Dreamweaver, Flash, Muse, Edge), le son (Hindenburg) ou la vidéo (Final Cut ProX, Premiere Pro, After Effects, Motion).

Les salles sont équipées d'ordinateurs Mac reliés en réseau haut débit (fibre) à des imprimantes couleur.

Les stages techniques son et vidéo se déroulent avec le matériel école (caméras Canon XF 100 et 105, Xa10, Gopro, Sony Z1 et Z2 et 2 caméras d'épaule Sony et Panasonic). Matériel pour la prise de son (micros-cravates, HF, main, canon) et pour l'éclairage (mandarines, fluos, boules chinoises). Enregistreurs numériques H2, H1…

Catalogue

Ce catalogue est divisé en trois parties. Dans l'ordre, vous trouverez tous les renseignements utiles sur les parcours qualifiants, les parcours de 1 mois, les stages courts ainsi que sur les cours du soir, les cycles d'août et la formation à distance. Vous y trouverez également tous les contacts utiles pour vous renseigner et vous orienter.

LE SOMMAIRE

L'OFFRE MODULAIRE DE L'EMI

Le journalisme . . . . . page 10
Le journalisme d'image . . . . . page 12
La communication éthique . . . . . page 14
Le graphisme . . . . . page 15
Le numérique . . . . . page 16
L 'édition . . . . . page 17
Le sur-mesure . . . . . page 18

PARCOURS QUALIFIANTS . . . . . PAGE 21

Journaliste multimédia . . . . . page 22
Secrétaire de rédaction multimédia . . . . . page 23
Photojournaliste . . . . . page 24
Journaliste vidéo . . . . . page 25
Graphiste d'info et de communication bimédia . . . . . page 26
Éditeur de contenus numériques . . . . . page 27
Chargé d'édition livre et numérique . . . . . page 28
Responsable de la communication éthique, sociale et solidaire . . . . . page 29

PARCOURS 1 MOIS . . . . . PAGE 31

La pratique de la rédaction multimédia . . . . . page 32
La pratique de l'édition multimédia . . . . . page 33
Le coaching d'une enquête . . . . . page 34
Le journalisme de projet multimédia . . . . . page 35
Concevoir et réaliser des infographies papier et Web . . page 36
La conception graphique pour le Web . . . . . page 37
Piloter l'animation d'un site Internet . . . . . page 38
Les supports de l'information numérique . . . . . page 39
La conception Web multisupports . . . . . page 40
Concevoir et publier des livres numériques . . . . . page 41
L'élaboration d'une stratégie de communication éthique . page 42
La pratique de la communication multimédia . . . . . page 43
La vidéo pour le Web . . . . . page 44
Le webdocumentaire et la narration interactive . . . . . page 45
Tourner en vidéo avec un reflex numérique . . . . . page 46
Le documentaire et ses formes interactives . . . . . page 47
Les bases de l'iconographie . . . . . page 48
La pratique de l'iconographie multimédia . . . . . page 49
Correction et réécriture . . . . . page 50

MODULES COURTS . . . . PAGE 51

Écrire pour le Web . . . . . page 52
Couvrir un événement en live . . . . . page 52
Smartphones et tablettes outils de reportage . . . . . page 53
Twitter pour les journalistes . . . . . page 53
Concevoir, rédiger et animer son blog . page 54
Le journalisme de curation . . . . . page 54
Réaliser un sujet multimédia . . . . . page 55
Prendre, monter et éditer du son pour le Web . . . . . page 55
Réaliser un diaporama sonore et photographique . . . . . page 56
Réaliser un diaporama avec Final Cut . . page 56

Les bases du data journalisme . . . . . page 57

Organiser et animer la rédaction d'un site Web . . . . . page 58
Organiser sa veille sur le Web . . . . . page 58
La pratique du community management . . . . . page 59
Articuler sa communication sur différents supports . . . . . page 59

Écrire pour être lu (niveau I) . . . . . page 60
Écrire pour être lu (perfectionnement) page 60
Stylistique . . . . . page 61
Écrire court et dense . . . . . page 61
Les principes de la réécriture . . . . . page 62

Le synopsis pour mieux vendre son sujet . . . . . page 62
Savoir mener une interview . . . . . page 63
Écrire pour la presse magazine . . . . . page 63
Oser écrire : la fin des blocages . . . . . page 64
Les cinq sens du reportage . . . . . page 64

Bases du secrétariat de rédaction . . . page 65
Éditer pour le Web . . . . . page 65
Améliorer sa titraille . . . . . page 66
Améliorer ses titres pour le Web . . . . page 66
Objectif zéro faute . . . . . page 67
Méthodes de correction . . . . . page 67

Concevoir l'information pour l'iPad . . . page 68

Animer une table ronde . . . . . page 68
Création et animation d'une page Facebook . . . . . page 69
LinkedIn, Viadeo, maîtriser les réseaux sociaux professionnels . . . page 69

La communication participative . . . . page 70
Communication participative et information citoyenne . . . . . page 70
Rédiger un appel d'offres et élaborer un cahier des charges . . . . . page 71
Animer un réseau social de contributeurs . . . . . page 71

Améliorer la maquette des supports de communication . . . . . page 72
Concevoir, réaliser et diffuser une newsletter . . . . . page 72
Mesurer l'efficacité d'une action de communication . . . . . page 73
Les relations presse à l'heure du numérique . . . . . page 73

Les bases du reportage photo . . . . page 74
La technique du portrait photo . . . . page 74
Réaliser de la vidéo pour le Web . . . page 75
Filmer avec un reflex numérique . . . page 75
Réaliser une interview en vidéo . . . . page 76
Le son avec Hindenburg . . . . . page 76
Parler devant la caméra . . . . . page 77
Commentaires sur images . . . . . page 77

Droit à l'image et droit de l'image . . . page 78
Publier un livre numérique de A à Z . . page 78

InDesign pour les tablettes . . . . . page 79
Aquafadas Digital Publishing . . . . . page 79
Concevoir et réaliser un magazine papier . . . . . page 80
Réussir une affiche . . . . . page 80
Choisir et utiliser la typographie . . . page 81
L'imprimé et le suivi de fabrication . . page 81
Réaliser le graphisme d'un blog WordPress . . . . . page 82

HTML5 et CSS3 . . . . . page 82
Dreamweaver . . . . . page 83
Flash . . . . . page 83
Motion . . . . . page 84
Illustrator . . . . . page 84

InDesign (niveau 1) . . . . . page 85
InDesign (perfectionnement) . . . . . page 85
Photoshop (niveau 1) . . . . . page 86
Photoshop (perfectionnement) . . . . page 86

Final Cut Pro X (niveau 1) . . . . . page 87
Final Cut Pro X (perfectionnement) . . page 87
Premiere Pro (niveau 1) . . . . . page 88
Premiere Pro (perfectionnement) . . . page 88

Bases de l'iconographie . . . . . page 89
Sources et recherches iconographiques page 89

Formations à distance . . . . . page 90
Cours du soir . . . . . page 92
Les cycles d'août . . . . . page 94
Pratique . . . . . page 96
Bulletin d'inscription . . . . . page 97
Notre équipe . . . . . page 98

Le journalisme

APPRENDRE, COMPRENDRE, PRATIQUER, SE PERFECTIONNER

Pour se former aux métiers du journalisme, rédacteur et secrétaire de rédaction, pour apprendre les bases de nos métiers et la pratique du multimédia, l'École des métiers de l'information vous propose des parcours spécifiques.
Au programme : des formations longues et diplômantes de 900 h, complétées par un stage pratique en entreprise, des formations professionnalisantes de 120 h, des modules courts consacrés à l'apprentissage d'outils, de techniques et de pratiques, d'une durée de 1 à 4 jours.
Toutes ces formations peuvent être certifiantes.

PARCOURS QUALIFIANT RÉDACTEUR

- Culture du métier
- Techniques de base
- Écrire multimédia
- Vidéo
- Photo
- Son
- Enquête

PLUS PAGE 22

PARCOURS QUALIFIANT SECRÉTAIRE DE RÉDACTION

- Culture du métier
- Techniques de base
- Pratique du SR
- Éditer multimédia
- Les outils PAO
- Correction et relecture

PLUS PAGE 23

VOTRE PARCOURS À LA CARTE : CONDUIRE ET RÉALISER UNE ENQUÊTE

Vous êtes rédacteur et souhaitez vous renforcer pour élaborer, réaliser et écrire des enquêtes au long cours. Vous pouvez, par exemple, suivre nos modules courts : « Oser écrire » (4 jours), « Savoir mener une interview » (2 jours) et les compléter par le module « Le coaching d'une enquête » (plusieurs heures de suivi personnalisé, réparties sur trois semaines).

« En suivant la formation de journaliste à l'emi , j'ai gagné en capacité de recherche d'informations et d'écriture, en efficacité… En confiance en moi, aussi. »
Amaëlle Guiton, auteur de *Hackers, au cœur de la révolution numérique* (Au Diable Vauvert), a suivi le stage Journalisme en 2004.

PARCOURS 120 HEURES

- Data journalisme
- Vidéo pour le Web
- Web doc
- Supports de l'info numérique
- Journalisme multimédia
- Édition multimédia

PLUS PAGES 31 À 50

MODULES COURTS

- Écrire court et dense
- Organiser sa veille
- Couvrir un événement en live
- Le blog
- Parler devant la caméra
- Commentaires sur images

PLUS PAGES 51 À 89

VOTRE PARCOURS À LA CARTE : ÉDITER POUR LE WEB

De nombreux modules, dans nos parcours qualifiants et nos stages courts, vous permettent, si vous êtes SR, chef d'édition, rédacteur en chef, d'appréhender ou d'approfondir votre pratique de l'édition Web. Ainsi vous pouvez compléter le module de 120 h « Piloter pour le Web » par des stages courts : « Titrer pour le Web » (1 jour), « Réaliser un diaporama » (2 jours) ou encore « Concevoir l'information pour l'iPad » (3 jours).

POUR SE RENSEIGNER www.emi-cfd.com

Vous y trouverez l'ensemble de nos programmes, le calendrier de nos formations, ainsi que des articles et des chroniques sur l'actualité des métiers du journalisme, du graphisme, de la photographie, de la vidéo et bien sûr du Web et du numérique.

NOS PORTES OUVERTES

Un lundi en fin d'après-midi par mois et un samedi par trimestre, l'équipe de l'emi vous reçoit pour présenter nos différentes formations. Vous pouvez également obtenir des informations sur leur financement en fonction de votre statut.

NOS CONFÉRENCES

Dans le cadre de nos portes ouvertes et de certaines de nos formations, l'emi organise régulièrement des conférences animées par son équipe ou par des professionnels qui viennent éclairer la pratique de leur métier. Renseignements sur www.emi-cfd.com.

NOS RENDEZ-VOUS PERSONNALISÉS

Vous pouvez obtenir des rendez-vous individuels d'orientation, gratuits, avec nos responsables pédagogiques. Ces rendez-vous ont lieu dans le cadre de nos portes ouvertes et tous les mercredis de 17 heures à 19 h 30.
Renseignements et inscriptions au 01 53 24 68 68.

Retrouvez également l'emi sur Facebook, page emi cfd, et sur Twitter@emicfd

Le journalisme

PHOTOGRAPHIER, FILMER, ANALYSER, SCÉNARISER

Depuis plus de vingt ans, le photojournalisme est au cœur des formations de l'emi. Notre formation qualifiante est orientée sur la pratique du terrain, la narration et l'importance du regard. Nos stagiaires ont d'ailleurs régulièrement obtenu de nombreux prix, comme en 2013 le prix du public *Paris Match* pour Hugo Aymar et le prix du reportage des Promenades photographiques de Vendôme pour Simon Lambert. Cette belle et longue histoire entre l'emi et le photojournaliste se poursuit. Aujourd'hui, photo, vidéo et son sont des pratiques indissociables. Notre formation de photographe laisse donc une large place au multimédia. Notre formation vidéo propose des bases communes avec celle de photojournaliste, autour de ce nouveau métier en train de s'affirmer, journaliste de l'image.

PARCOURS QUALIFIANT PHOTOGRAPHE

- *Culture du métier*
- *Reportage*
- *Filmer avec un reflex pro*
- *Lumière*
- *Gestion de la couleur*
- *Narration visuelle*
- *Vidéo*

PLUS PAGE 24

PARCOURS QUALIFIANT JOURNALISTE VIDÉO

- *Langage audiovisuel*
- *Prise en main de la caméra*
- *Techniques de l'interview*
- *La prise de son en vidéo*
- *Le montage virtuel*
- *Finaliser son montage*

PLUS PAGE 25

VOTRE PARCOURS À LA CARTE : APPRENDRE À FILMER AVEC UN REFLEX

Vous souhaitez filmer avec un reflex pro HD ? Prendre en main le matériel et comprendre ses avantages et ses inconvénients ? Il est possible de suivre nos modules dans les parcours qualifiants de photojournalisme et de vidéo, ou d'opter pour notre module de 120 h, qui permet d'appréhender l'ensemble des usages et des pratiques d'un reflex pro HD. Mais nous proposons également un module court de 3 jours, pour apprendre à utiliser un reflex pro.

d'image

«La photographie me plaît en tant que médium. Comment essayer de raconter le monde sans partir avec des idées préconçues, rester ouvert et essayer plein de choses.»
Pierre Morel, photojournaliste, promotion 2008.

PARCOURS 120 HEURES

- Journalisme de projet
- Web doc
- Documentaire
- Vidéographie
- Data journalisme
- Iconographie
- Vidéo

PLUS PAGES 31 À 50

MODULES SPÉCIALISÉS

- Diaporama sonore
- Parler devant la caméra
- Le portrait en photo
- Commentaires sur images
- Final Cut, deux niveaux
- Premiere, deux niveaux
- Vidéographie

PLUS PAGES 51 À 89

VOTRE PARCOURS À LA CARTE : RÉALISER DES DIAPORAMAS

Le diaporama est au cœur aujourd'hui de nombreux sites, d'information comme de loisir, qu'il soit une simple suite d'images ou un véritable objet multimédia comprenant du son. Nous vous proposons plusieurs modules autour du diaporama, du diaporama sonore, du récit multimédia et d'une manière générale des nouvelles formes narratives interactives. Avec l'apprentissage des logiciels de montage, nos offres vous permettent de programmer votre formation.

POUR SE RENSEIGNER www.emi-cfd.com

Vous y trouverez l'ensemble de nos programmes, le calendrier de nos formations, ainsi que des articles et des chroniques sur l'actualité des métiers du journalisme, du graphisme, de la photographie, de la vidéo et, bien sûr, du Web et du numérique.

NOS PORTES OUVERTES

Un lundi en fin d'après-midi par mois et un samedi par trimestre, l'équipe de l'emi vous reçoit pour présenter nos différentes formations. Vous pouvez également obtenir des informations sur leur financement en fonction de votre statut.

NOS RENDEZ-VOUS PERSONNALISÉS

Vous pouvez obtenir des rendez-vous individuels d'orientation, gratuits, avec nos responsables pédagogiques. Ces rendez-vous ont lieu dans le cadre de nos portes ouvertes et tous les mercredis de 17 heures à 19 h 30.
Renseignements et inscriptions au 01 53 24 68 68.

Retrouvez également l'emi sur Facebook, page emi cfd, et sur Twitter@emicfd

La com éthique

COMMUNIQUER, RÉPONDRE, PLANIFIER

L'École des métiers de l'information lance au printemps 2014 un nouveau parcours de responsable de communication éthique sociale et solidaire. Coopérative engagée dans l'économie sociale et solidaire, l'emi souhaite ainsi promouvoir les outils et les pratiques d'une « autre » communication. Conçu avec le concours de l'agence Éconovia, ce parcours permettra d'élaborer et de mettre en pratique une stratégie de communication adaptée au secteur.

PARCOURS QUALIFIANT RESPONSABLE DE COM

- Culture et analyse
- Élaboration d'une stratégie
- Élaborer un plan
- Typologie des supports
- Réseaux sociaux
- Mise en place d'une campagne

PLUS PAGE 29

PARCOURS 120 HEURES

- Communication multimédia
- Élaboration d'une stratégie
- Piloter un site Internet
- Le data journalisme
- La correction
- L'iconographie
- Vidéo pour le Web

PLUS PAGES 31 À 50

MODULES SPÉCIALISÉS

- La com participative
- Manager sa communauté
- Articuler sa communication
- Animer une page Facebook
- Animer une table ronde
- Rédiger un appel d'offres
- Recherche iconographique

PLUS PAGES 51 À 89

VOTRE PARCOURS À LA CARTE : LA COMMUNICATION MULTISUPPORT

La communication éthique et solidaire peut s'exprimer sur différents supports, imprimés et numériques. À travers notre parcours qualifiant, mais aussi grâce à des modules spécifiques, de 21 h à 120 h, il est possible de se former sur mesure à ces évolutions majeures des pratiques.

POUR EN SAVOIR PLUS

« Inventer de nouveaux modes de communication », par Philippe Merlant, responsable de la filière communication, www.emicfd.com.

POUR SE RENSEIGNER

Nos portes ouvertes une fois par mois, et nos rendez-vous d'orientation, chaque mercredi de 17 heures à 19 h 30.
Inscriptions au 01 53 24 68 68.

Le graphisme

DÉCRYPTER, TRADUIRE, CRÉER, DÉVELOPPER

La filière "graphisme" de l'École des métiers de l'information fête ses 20 ans. Des centaines de personnes ont ainsi été formées à la pratique d'outils innovants et en évolution constante. Mais surtout à l'appropriation d'une démarche qui permet de comprendre et de traduire un univers en formes, en couleurs et en typographie. Porteur de messages, le graphisme est un élément majeur de l'information, et nous proposons différentes formules pour le découvrir.

PARCOURS QUALIFIANT GRAPHISTE

- Culture du métier
- Typographie
- Outils de la PAO
- Outils du Web
- Fabrication
- Conception de journaux
- Conception d'affiches

PLUS PAGE 26

PARCOURS 120 HEURES

- Infographie papier et Web
- Conception pour le Web
- Pilotage de sites Web
- Élaborer une stratégie de com
- Réalisation de supports de com
- Web doc
- Iconographie

PLUS PAGES 31 À 50

MODULES SPÉCIALISÉS

- Concevoir l'info pour tablettes
- Adobe Digital Publishing
- Aquafadas Digital Publishing
- WordPress pour graphistes
- HTML 5
- Flash
- Illustrator

PLUS PAGES 51 À 89

VOTRE PARCOURS À LA CARTE : CONCEPTION GRAPHIQUE POUR LE WEB

La conception graphique pour le Web revêt une importance grandissante dans nos programmes. Nous vous proposons, en 2014, deux modules de 120 h, ainsi que la possibilité d'élaborer des parcours individuels avec des stages spécialisés d'outils et de conception de plusieurs jours.

POUR EN SAVOIR PLUS

« Façonner le paysage du quotdien », par Martine Billot, responsable de la filière graphisme, www.emicfd.com.

POUR SE RENSEIGNER

Nos portes ouvertes une fois par mois, et nos rendez-vous d'orientation, chaque mercredi de 17 heures à 19 h 30.
Inscriptions au 01 53 24 68 68.

Le numérique

MAÎTRISER, ORGANISER, PUBLIER, RÉAGIR

Le numérique et le multimédia irriguent l'ensemble de nos parcours et la plupart de nos actions de formation. Lancée en 2013, la nouvelle formation spécifique d'éditeur de contenus numériques a pour objectif de former des professionnels, journalistes rédacteurs et secrétaires de rédaction ou chargés de communication, à l'organisation et à la publication de contenus sur tous les supports, imprimés et numériques (ordinateurs, tablettes, mobiles).

PARCOURS QUALIFIANT ÉDITEUR DE CONTENUS NUMÉRIQUES

- Maîtrise des outils
- Concevoir les supports
- Définir les formats
- Applications pour mobile
- Applications pour tablette
- Constuire une offre d'ensemble

PLUS PAGE 27

PARCOURS 120 HEURES

- Piloter un site Internet
- Les supports de l'information numérique
- Conception Web multisupport
- Élaboration d'une stratégie de com éthique
- Data journalisme
- Web doc

PLUS PAGES 31 À 50

MODULES SPÉCIALISÉS

- Twitter pour les journalistes
- Animation de page Facebook
- Les réseaux sociaux pro
- Rédiger un appel d'offres
- Récit multimédia
- Diaporama sonore
- Titrer pour le Web

PLUS PAGES 51 À 89

VOTRE PARCOURS À LA CARTE : ORGANISER UN SITE WEB

Pour comprendre l'univers numérique, ses pratiques et ses supports, outre notre parcours d'éditeur de contenus numériques de 775 h, il est possible de suivre un ou plusieurs stages de 120 h et des modules courts, comme «Organiser un site Web» (4 jours) ou «Créer et animer une page Facebook» (1 jour).

POUR EN SAVOIR PLUS

Le témoignage de Sophie Roux, qui a suivi la formation « Responsable éditorial de site » en 2010 et en charge du site du Laboratoire de l'économie sociale et solidaire, www.emicfd.com.

POUR SE RENSEIGNER

Nos portes ouvertes une fois par mois, et nos rendez-vous d'orientation, chaque mercredi de 17 heures à 19 h 30. Inscriptions au 01 53 24 68 68.

L'édition

CONCEVOIR, ÉLABORER, CORRIGER, ÉDITER

« Chargé d'édition livre et numérique » : l'intitulé peut sembler à rallonge et ne ferait pas forcément un bon titre de livre. Au moment où l'édition engage la révolution numérique, il nous semble indispensable que notre formation, et pas seulement dans son intitulé, forme à ce basculement numérique. Non sans difficultés, non sans problèmes, mais aussi avec passion, les usages de la lecture sont en train de vivre un bouleversement. L'emi y prépare les éditeurs de demain.

PARCOURS QUALIFIANT CHARGÉ D'ÉDITION LIVRE ET NUMÉRIQUE

- Panorama de l'édition
- Écrire et lire
- Graphisme et PAO
- Budget et commercialisation
- Édition numérique

PLUS PAGE 28

PARCOURS 120 HEURES

- Le livre numérique
- L'iconographie
- La correction
- Piloter un site Internet
- Conception Web multisupport
- Supports de l'info numérique
- Vidéo pour le Web

PLUS PAGES 31 À 50

MODULES SPÉCIALISÉS

- Le livre numérique
- Rédiger et animer son blog
- Titrer pour le Web
- Animation de page Facebook
- Les réseaux sociaux pro
- Relations presse numérique
- Objectif zéro faute

PLUS PAGES 51 À 89

VOTRE PARCOURS À LA CARTE : SAVOIR RELIRE ET CORRIGER

La formation de chargé d'édition consacre de nombreuses heures à la réécriture et à la correction. Nous proposons également trois modules de 120h en 2014 et de très nombreux stages courts comme «Objectif zéro faute» (4 jours) ou «La réécriture» (3 jours), plusieurs fois par an.

POUR EN SAVOIR PLUS

Sur notre www.emicfd.com, vous pouvez retrouver le blog atelier de la formation 2012-2013. http://blogs.ateliercfd.org/se2013/

POUR SE RENSEIGNER

Nos portes ouvertes une fois par mois, et nos rendez-vous d'orientation, chaque mercredi de 17 heures à 19 h 30. Inscriptions au 01 53 24 68 68.

La formation

ANTICIPER, S'ADAPTER, ORGANISER, PLANIFIER

Des stages spécifiques pour le leader des sites d'information en ligne à ceux réalisés pour des journaux paroissiaux, de la refonte complète du site Web d'un magazine spécialisé au montage de programmes conçus tout spécialement pour les pigistes, les formations sur mesure de l'École des métiers de l'information – en réponse aux différentes demandes des entreprises – ont été particulièrement nombreuses durant l'année scolaire 2012-2013, et nos interventions, variées. En voici quelques exemples.

BAYARD SERVICE

Journaux et revues
Des professionnels de la presse à votre service.
En proximité, nos agences locales apportent conseils et solutions pour la mise en œuvre de vos projets de journaux ou de revues, de la conception à la diffusion, sans oublier le financement.
Nous ne prenons pas la parole, mais vous accompagnons pour communiquer efficacement.
PARTAGES
Être heureux un devoir chrétien?
Regard
Journaux paroissiaux
Un savoir-faire éprouvé pour accompagner votre projet de nouvelle évangélisation ou d'animation de la communauté paroissiale. Un outil éditorial exclusif : Bayard Service Textes.

L'emi accompagne Bayard Service Édition (BSE)

Filiale du groupe Bayard, BSE gère plusieurs centaines de journaux paroissiaux à travers plusieurs bureaux régionaux. Elle développe également des sites Web pour ses clients avec son agence de Chambéry. BSE a sollicité l'emi en 2012 afin d'accompagner son développement vers le multisupport. En réponse à cette demande, nous avons construit un cycle de formation pour permettre de mieux comprendre les attentes du public, l'usage des supports numériques et la communication à travers les nouveaux médias. Toute l'équipe directionnelle a ainsi été sensibilisée à la culture réseau et a pu avancer sa réflexion sur sa stratégie numérique, grâce à des conférences ateliers ciblés.

MEDIAPART

Mediapart s'initie à la vidéo

Mediapart a contacté l'emi fin 2012 avec une demande de formation très précise : former une partie de ses journalistes à la vidéo pour le Web et au montage, en respectant les niveaux de connaissance de chacun et en s'adaptant à différents matériels, de la caméra à cassette au reflex numérique. La commande stipulait d'intervenir dans des délais courts et de «faire simple», afin que les journalistes puissent pratiquer après une seule journée de formation, sans être «noyés» dans la technique. Conseils de tournage, initiation au montage numérique avec Final Cut Pro X ou perfectionnement pour certains stagiaires autodidactes… Les formations mises en place par l'École des métiers de l'information ont pu répondre à tous les besoins.

«Un panel de professionnels formidable. Une organisation très soutenue et une hiérarchisation de l'info. Le tout dans une dynamique d'échanges.»

Une stagiaire après une session du stage Afdas réservé aux pigistes.

sur mesure

Moto Magazine poursuit son développement numérique

Particulièrement sensible aux nouveaux usages et modes de consommation numérique, la rédaction de *Moto Magazine* fait confiance depuis plusieurs années à l'École des métiers de l'information pour l'aider à basculer vers le bimédia et, à présent, vers le multisupport. Fort de son expérience accumulée dans différents domaines (vidéo, réseaux sociaux, montage, organisation de la rédaction…), *Moto Magazine* engage, cette année, ses forces dans la mise en place d'une nouvelle formule papier et d'un nouveau site Web, des étapes qui sont suivies par Jean Stern, directeur pédagogique de l'emi.

« Les concepts sont très clairement expliqués. Et on a le sentiment de partir plus compétents et intelligents au bout de deux jours. »
Un stagiaire après une formation sur mesure consacrée à l'éditing.

Le ministère de l'Éducation nationale monte un parcours « Responsable éditorial de site Web »

ministère éducation nationale
Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

En 2013, l'emi remporte l'appel d'offres du ministère de l'Éducation nationale, qui souhaite former des personnels appartenant à plusieurs de ses services sur à la thématique « Responsable éditorial de sites Web ». La plupart des agents concernés, qui alimentent le Web soit parce que c'est leur cœur de métier soit parce qu'ils sont contributeurs, suivront la totalité des cinq modules élaborés spécifiquement (stratégie éditoriale Web, réalisation d'un site Web, écrire pour le Web, animation d'un réseau de contributeurs, déontologie et droit). Chaque session a fait l'objet d'un suivi étape par étape de l'acquisition des compétences, afin de coller au plus près aux attentes du service formation du ministère.

AFDAS

L'Afdas finance des formations pour les pigistes

Dans le cadre d'un appel d'offres en 2012, l'Afdas a sélectionné deux cycles de formation réservés aux journalistes pigistes. L'emi a ainsi été retenue pour le montage d'un stage « Texte, son, vidéo : tous les fondamentaux pour être opérationnel sur le Web » (12 j./84 h) et pour une formation « Journalisme vidéo » (15 j./105 h) Plusieurs sessions du premier se sont déjà tenues avec succès, tandis que le stage vidéo sera lancé à la rentrée 2013. Grâce à ces programmes très complets, les pigistes peuvent acquérir les compétences nécessaires afin d'être armés pour proposer des sujets ou intégrer une rédaction Web.

ANTICIPER, S'ADAPTER, ORGANISER, PLANIFIER

Sur mesure mode d'emploi

Depuis le projet de formation sur mesure jusqu'à sa réalisation, l'École des métiers de l'information vous conseille et vous accompagne en définissant avec vous les objectifs, le public, les contenus et le rythme des stages. La préparation passe par le dialogue avec les responsables de formation et les équipes afin de trouver la formule la plus adaptée à vos attentes et à l'évolution des pratiques et des métiers.

Objectif

Nous vous aidons à préciser votre objectif lors d'un rendez-vous d'élaboration. Notre expertise des rythmes et des profils nous permet d'adapter notre proposition avec précision en tenant compte de tous vos paramètres (niveau des stagiaires, timing, mise en œuvre interne ou externe).

Projet

Vous êtes responsable de formation, chef de service ou salarié et vous souhaitez vous former en fonction de vos besoins sur une ou plusieurs des thématiques proposées à l'emi. Nous pouvons concevoir une action de formation sur mesure en adaptant contenu et durée à votre convenance.

Programme

Tous les programmes sont soumis à la fois au service formation et à la personne qui souhaite former son équipe ou un de ses salariés. La préparation des formations donne lieu à un contact direct avec le formateur qui sera chargé de l'animer voire à une préparation en amont sur site afin d'avoir une connaissance préalable du fonctionnement interne.

Devis

Nos propositions s'accompagnent d'un devis personnalisé tenant compte de l'ingénierie nécessaire, de la préparation en amont, des évaluations préalable et finale et de la remise d'un support de cours.

Contact

Pour réfléchir avec nous à l'élaboration et à la mise en place de votre programme sur mesure.
Contactez : Sophie Lemoine
au 01 53 24 68 68
ou par mail :
sophie.lemoine@emi-cfd.com

PARCOURS QUALIFIANTS

Pour suivre une formation qualifiante

Permettre à ses stagiaires de s'insérer dans l'univers de la presse, de la communication et de l'édition : l'emi propose 8 formations qualifiantes, d'une durée de 4 à 9 mois, comprenant un stage en entreprise. Chaque formation peut être suivie de façon modulaire.

Journaliste multimédia

DU 3 SEPTEMBRE 2014 AU 13 MAI 2015

Objectif

Le parcours de journaliste multimédia est organisé pour former des professionnels capables de maîtriser la recherche et le traitement de l'information tels qu'ils sont pratiqués aujourd'hui dans les rédactions des sites, quotidiens et magazines. La formation est centrée sur l'apprentissage des techniques propres au journalisme (rédaction, interview, reportage, enquête) et des outils indispensables à l'exercice de la profession (montage son et vidéo numérique, infographie). Ce parcours fait l'objet d'une participation financière du conseil régional d'Île-de-France. Nous consulter.

Ce parcours diplômant est inscrit au Répertoire national de la certification professionnelle (niveau II).

Parcours complet : 1145 heures, dont 900 au centre et 245 en entreprise.

Cette formation peut être suivie de façon modulaire dans un parcours personnalisé. Nous consulter.

Tarif salarié :
15 250 euros HT
Financement individuel :
8 700 euros TTC

QP-JM

PARCOURS QUALIFIANTS

Programme

1 - CULTURE DU MÉTIER
Histoire de la presse et culture générale du Web, culture de l'image, environnement professionnel et acteurs de la presse.

2 - TECHNIQUES DE BASE
Le travail de desk, l'écriture, les genres journalistiques : brève, synthèse, mouture, compte rendu, interview, reportage, portrait.
Les sources : organiser sa recherche d'information de manière classique ou sur Internet et les réseaux sociaux, recouper ses sources, les protéger ; gérer ses archives, sa documentation, son carnet d'adresses.

3 - SECRÉTARIAT DE RÉDACTION
Les niveaux de lecture, les titres, les chapôs, les intertitres, les accroches, les légendes, la réécriture, les coupes et corrections.
Qualité de la langue française : grammaire, stylistique ; les principes de la vulgarisation.

4 - L'ENQUÊTE
Trouver un sujet ; préparation, choix de l'angle, construire un plan ; la rédaction, l'écriture magazine. Réalisation d'une enquête.

5 - DROIT ET DÉONTOLOGIE

6 - LA COMMERCIALISATION
La pige ; connaître le marché ; le synopsis ; savoir contacter une rédaction, la rémunération, etc.

7 - LA PHOTO
La photo numérique, la composition de l'image, la prise de vue.

8 - LE SON SUR LE WEB
Le journalisme radio orienté vers le Web : micro, interview, reportage, montage numérique ; installer un son dans une page Web ; le podcast.

9 - LA VIDÉO SUR LE WEB
Le journalisme vidéo pour le Web : l'interview, le reportage, le commentaire sur images, la prise en main de la caméra, le cadrage, le montage.

10 - LE JOURNALISME WEB
La logique de l'information multimédia, les principes de l'écriture Web, le reportage et l'interview multimédia.

11 - TRAVAIL-ÉCOLE BIMÉDIA, PRINT ET WEB
Réalisation d'un site d'information et d'un magazine papier.

12 - SPÉCIALISATION
Trois modules de spécialisation de 4 semaines font partie du parcours.

13 - STAGE PRATIQUE EN ENTREPRISE
Dans une rédaction de la presse papier ou de la presse en ligne.

Secrétaire de rédaction multimédia

DU 3 SEPTEMBRE 2014 AU 29 AVRIL 2015

Objectif

Le secrétaire de rédaction-éditeur est un élément clé du fonctionnement d'une rédaction. Parfois rédacteur, souvent correcteur, le secrétaire de rédaction-éditeur est avant tout le premier lecteur des articles. Fréquemment assimilé, à juste titre, à un metteur en scène de l'information, il dispose d'une solide culture générale, d'une connaissance approfondie de l'univers des médias, de réelles qualités d'écriture, d'une bonne orthographe, mais aussi d'un fort sens de l'organisation et d'une aptitude manifeste à travailler en équipe. Ce parcours fait l'objet d'une participation financière du conseil régional d'Île-de-France. Nous consulter.

Programme

1 - PRATIQUE PROFESSIONNELLE
Fondamentaux du journalisme, travail des sources classiques, sur internet et les réseaux sociaux. Grammaire et correction. Stylistique.

2 - CULTURE DU MÉTIER
Histoire de la presse et culture générale du Web, culture de l'image, environnement et acteurs de la presse, grands principes économiques.

3 - DROIT ET DÉONTOLOGIE

4 - CORRECTION
Code typographique, protocoles de relecture.

5 - ÉDITION DE PRESSE PAPIER
Niveaux de lecture, titraille (surtitre, titre, chapô, accroche, intertitre, légende…), réécriture, traitement rédactionnel, graphique, photographique et infographique. Adaptation des contenus aux différents supports et genres journalistiques.
Maquette : typographie, gabarit, mise en pages… Déclinaison d'une maquette de presse, travail de recherche iconographique.
PAO : apprentissage d'InDesign et de XPress, de Photoshop.
Fabrication : chemin de fer, planning, circuit de fabrication, PDF.

6 - ÉDITER POUR UN SITE
Éditer le texte pour le Web : référencement, mots-clés, liens, tags…
Éditer les images, le son et la vidéo pour le Web.
Créer des diaporamas « muets » et sonores.
Les bases de l'infographie et du journalisme de données.
Concevoir et scénariser l'information multimédia.
Piloter et organiser l'information en flux et éditer l'information en live. Gérer et organiser l'articulation papier et Web.
Éditer l'information pour les smartphones et les tablettes.

7 - TRAVAUX PRATIQUES
En temps réel, réalisation d'un travail-école, articulé autour d'un magazine papier, *Médialibre,* et d'un site Web.

8 - SPÉCIALISATION
Trois modules de spécialisation de 4 semaines font partie du parcours.

9 - STAGE PRATIQUE EN ENTREPRISE
Dans une rédaction de la presse quotidienne nationale ou régionale, de la presse périodique ou de la presse en ligne.

Ce parcours diplômant est inscrit au Répertoire national de la certification professionnelle (niveau II).

Parcours complet : 1 075 heures, dont 900 au centre et 175 en entreprise

Cette formation peut être suivie de façon modulaire dans un parcours personnalisé. Nous consulter.

Tarif salarié :
15 250 euros HT
Financement individuel :
8 700 euros TTC

QP-SR

PARCOURS QUALIFIANTS

Photojournaliste

DU 1ER OCTOBRE 2014 AU 24 AVRIL 2015

Objectif

Le but de la formation qualifiante en photojournalisme n'est pas de théoriser la pratique d'un métier dont le cœur reste évidemment la photographie, mais plutôt d'en donner les clés de compréhension et les techniques professionnelles. Photo, vidéo et son sont maintenant – à des échelles diverses – indissociables.
Le photojournaliste, tel que nous l'entendons, est un membre à part entière du journalisme de l'image de demain qui commence aujourd'hui.
Ce parcours fait l'objet d'une participation financière du conseil régional d'Île-de-France. Nous consulter.

PARCOURS QUALIFIANTS

Parcours complet : 925 heures, dont 750 au centre et 175 en entreprise.

Cette formation peut être suivie de façon modulaire dans un parcours personnalisé. Nous consulter.

Tarif salarié :
16 050 euros HT
Financement individuel :
9 850 euros TTC

QP-PHJ

Programme

1 - INITIATION AUX FONDAMENTAUX DU JOURNALISME
La notion d'angle, la rédaction de synopsis. Préparation, organisation, repérage avant reportage. L'interview, l'enquête.

2 - CULTURE PHOTOGRAPHIQUE, SONORE ET DOCUMENTAIRE

3 - ÉDITION DES SUJETS
Production de sujets (news, magazine, portrait, illustration) avec analyse d'éditing, cohérence photographique et journalistique.

4 - LUMIÈRE ET GESTION DE LA COULEUR

5 - POSTPRODUCTION
Outils et méthodes de postproduction et de flux de production. Organisation, catalogage, archivage, plan de nommage.

6 - TRAITEMENT DOCUMENTAIRE DE L'IMAGE
Métadonnées, IPTC, indexation…

7 - NARRATION VISUELLE
Comprendre les modes de narration spécifiques à l'image fixe et à l'image animée.

8 - PRODUCTION MULTIMÉDIA
Initiation à la captation sonore. Montage son et image. Gestion de la musique et des sons d'ambiance.

9 - CULTURE MÉTIER
L'économie de la photo, les évolutions du métier, le marché de la pige, concours et appels d'offres, la législation (droit et statuts).

10 - CULTURE NUMÉRIQUE ET PROMOTION SUR LE WEB
Promouvoir son travail via les réseaux sociaux. Un blog ou un site ? Les nouveaux formats. Les financements de production institutionnels et citoyens.

11 - FILMER AVEC UN REFLEX PRO
Spécificités des modes et menus appliqués au tournage avec reflex, profondeur de champ et autofocus, la gestion du son.

12 - CONCEPTION ET RÉALISATION DE SUJETS VIDÉO
Le plan, les mouvements de caméra, durée, composition du cadre. Prise en main d'une caméra. Montage, prise en main d'un logiciel.

13 - FINALISER SON MONTAGE POUR LA DIFFUSION
Compression, étalonnage, effets, diffusion.

14 - SPÉCIALISATION
Des modules de spécialisation de 4 semaines font partie du parcours.

15 - STAGE PRATIQUE EN ENTREPRISE
En presse, agence, maison d'édition, maison de production multimédia, département de communication, ONG ou institution…

Journaliste vidéo

DU 27 OCTOBRE 2014 AU 27 MARS 2015

Objectif

Ce parcours qualifiant, ouvert aux journalistes et photographes salariés et indépendants ou aux personnes en recherche d'emploi, délivre le savoir-faire journalistique et la technique indispensables à la réalisation de vidéos. Il apporte les compétences nécessaires à la maîtrise de l'ensemble de la chaîne audiovisuelle, en vue de produire, d'animer et de réaliser un projet vidéo pour les médias audiovisuels on line ou off line. Chaque stagiaire réalisera et montera une dizaine de sujets vidéo, un reportage, des sujets radio et un diaporama sonore.

Programme

1 - LA PRISE DE VUES VIDÉO
Le repérage, l'interview, la lumière et la prise de son. Réaliser un plan de tournage pour prévoir et optimiser le montage.

2 - PRISE EN MAIN DE LA CAMÉRA
Le matériel nécessaire au tournage. Navigation dans les menus, réglage des paramètres.

3 - LA PRISE DE SON EN VIDÉO
Choisir son matériel en fonction du sujet et de ses difficultés (micro-cravate, HF, micro-canon ou main...). Essais des différents micros en situation. Les ambiances sonores.

4 - TECHNIQUES DE L'INTERVIEW
La force de l'interview audiovisuelle : le timing technique. Les différentes formes. Placement de l'interviewé, direction du regard.

5 - LUMIÈRE ET ÉCLAIRAGE
Comprendre et gérer la lumière en condition intérieure et extérieure. La balance des blancs, les températures de couleur, les filtres. L'éclairage d'appoint (minettes, mandarines, fluos, leds...). Comment éclairer un personnage, éviter les ombres, varier les intensités lumineuses.

6 - LE MONTAGE VIRTUEL
Prise en main d'un logiciel (Final Cut Pro X ou Premiere Pro CS6). Comment raconter son histoire ? Écriture du plan de montage.

7 - COMMENTAIRE SUR IMAGES ET PLATEAU DE SITUATION
Le rapport texte/image. Écrire pour être entendu. La voix et le timing. Être convaincant. Travailler son élocution.

8 - LA PHOTOGRAPHIE NUMÉRIQUE ET FILMER AVEC UN REFLEX
Spécificités des modes et menus appliqués au tournage vidéo avec un reflex, profondeur de champ et autofocus, la gestion du son.

9 - FINALISER SON MONTAGE
Logique et astuces du montage. Les effets, les transitions, la musique, les commentaires, le montage du son, l'habillage. Effets, fusion des pistes et transitions. Description de la palette d'effets. Initiation à l'étalonnage et au titrage.

10 - LA DIFFUSION SUR LE WEB
La compression ou l'encodage : principes techniques, codecs et formats. La diffusion sur le Web : téléchargement progressif et streaming.

11 - LE DOCUMENTAIRE ET SES FORMES INTERACTIVES
Les enjeux de l'écriture documentaire par rapport au reportage journalistique. Décryptage des formes interactives. Atelier d'écriture : réalisation d'un synopsis et d'une note d'intention. Panorama de la production, analyse des dossiers de financement type CNC.

12 - STAGE PRATIQUE EN ENTREPRISE DE 3 SEMAINES
Dans la presse en ligne, dans une société de production audiovisuelle, une télévision, un département de communication, une ONG...

PARCOURS QUALIFIANTS

Parcours complet : 685 heures, dont 510 au centre et 175 en entreprise.

Cette formation peut être suivie de façon modulaire dans un parcours personnalisé. Nous consulter.

Tarif salarié :
13 950 euros HT
Financement individuel :
7 200 euros TTC

QP-JVM

Contact pro 01 53 24 68 68

Graphiste d'info et de communication bimédia

DU 3 SEPTEMBRE 2014 AU 13 MAI 2015

Objectif

Cette formation professionnelle et certifiante offre notamment une approche poussée de la création graphique et permet d'acquérir une parfaite connaissance des logiciels. La formation confronte le stagiaire à des situations de production, sur tous les supports. Elle est dispensée par des graphistes et par des professionnels en activité. Le graphiste sortant de la formation est en mesure de concevoir, de décliner et d'exécuter tout projet de support d'information et de communication. Il doit aussi pouvoir analyser le besoin d'un client et commercialiser sa production.

Ce parcours diplômant est inscrit au Répertoire national de la certification professionnelle (niveau II).

Parcours complet : 1 145 heures, dont 900 au centre et 245 en entreprise.

Cette formation peut être suivie de façon modulaire dans un parcours personnalisé. Nous consulter.

Tarif salarié :
15 250 euros HT
Financement individuel :
8 700 euros TTC

QP-G

Programme

1 - PRATIQUE PROFESSIONNELLE
Les fondamentaux de la communication visuelle print et Web.
Connaître les supports graphiques et les diverses postures du métier.

2 - CULTURE DU MÉTIER
Appréhender l'histoire des arts graphiques et typographiques.

3 - TYPOGRAPHIE
Histoire de la lettre, classification, choix, harmonie et contraste .

4 - CONCEPTION ET RÉALISATION GRAPHIQUE
Concevoir et réaliser tout support : du logo à l'alerte mail, en passant par la plaquette, le site, la newsletter, la signalétique et les objets-signaux.
Infographie : représenter des données sous forme visuelle.
PAO : les logiciels InDesign, Illustrator, Photoshop.

5 - CONCEPTION ET RÉALISATION GRAPHIQUE WEB
Webdesign : conception et méthode, enjeux et fonctionnalités.
Structurer une page HTML. Concevoir des objets pour le Web.
Conception éditoriale et graphique d'un site.
Outils : Photoshop pour le Web, Dreamweaver, feuilles de style CSS.

6 - TECHNIQUES RÉDACTIONNELLES ET CORRECTION TYPOGRAPHIQUE
Appréhender les mécanismes de l'écriture journalistique.
Connaître et appliquer les règles du code typographique.

7 - FABRICATION
La chaîne graphique : procédés d'impression, imposition, façonnage.

8 - DESIGN ÉDITORIAL - CONCEPTION GRAPHIQUE EN PRESSE
Créer et réaliser une formule de presse papier et Web.

9 - CONCEPTION DE PRINCIPES DE COLLECTION POUR L'ÉDITION
Trouver un style graphique approprié à la cible.

10 - CONCEPTION D'AFFICHES
Créer une image globale au service d'un message circonstancié.

11 - ÉLABORER UNE IDENTITÉ VISUELLE
Trouver un style graphique. Déclinaison des supports.

12 - DE LA PRODUCTION D'IMAGES AU GRAPHISME
Trouver la meilleure réponse graphique à un besoin de communication.

13 - RÉALISATION D'UN DOSSIER DES TRAVAUX RÉALISÉS PENDANT LA FORMATION
Préparer son book pour un jury, un employeur, un client.

14 - MODULE DE SPÉCIALISATION
Trois modules de 120 h à la carte font partie de la formation.

15 - STAGE PRATIQUE EN ENTREPRISE
En rédaction, atelier de création, agence de communication, etc.

Éditeur de contenus numériques

DU 27 NOVEMBRE 2014 AU 22 MAI 2015

Objectif

La mission d'un éditeur de contenus numériques est d'harmoniser et d'accompagner le développement des sites d'information ou de communication à travers les offres numériques sur le Web, les supports mobiles, les tablettes et leurs déclinaisons imprimées. L'éditeur de contenus numériques joue un rôle pivot dans la publication et la diffusion des informations sur les divers supports. Il coordonne la production éditoriale et assure la cohérence de l'offre vis-à-vis des différents publics. Il dirige et planifie la couverture des sujets et événements. Il affecte les contenus aux différents supports, établit et ajuste le timing de diffusion pour chacun.

Programme

1 - MAÎTRISER LES OUTILS ET LES CONCEPTS DE PRODUCTION NUMÉRIQUE

Comprendre les principes des technologies.
Savoir mener une veille sur les technologies émergentes,
Savoir monter un site simple avec WordPress.

2 - CONCEVOIR LES SUPPORTS

Comprendre les positionnements respectifs des médias (Web, livres électroniques, applications mobiles, présence sur les réseaux sociaux, publications) et leur articulation.
Élaborer une conception détaillée.
Comprendre les formats et savoir en créer.
Produire une application pour les mobiles ou pour les tablettes.

3 - DÉFINIR LE FORMAT TECHNIQUE D'UN SUJET MULTIMÉDIA

Définir les processus d'enrichissement de l'information.
Définir son cahier des charges. Produire une lettre d'information, un site événementiel, un site communautaire.

4 - PILOTER L'OFFRE SUR CHAQUE SUPPORT

Définir la nature et le rythme de chaque publication.
Planifier le suivi d'un sujet ou d'un domaine : choix, équipe, moyens.
Anticiper : sujets, équipe, audience.
Éditer un flux d'information multimédia.
Construire et intégrer les contributions des communautés.
Piloter des supports multiples : identifier les critères d'équilibre de chaque support et de leur articulation, puis les mettre en œuvre.

5 - CONSTRUIRE UNE OFFRE D'ENSEMBLE ET GÉRER LES PROJETS

Exposer l'offre dans son ensemble.
Soutenir une proposition de stratégie.
Savoir conduire le changement d'organisation.
Participer aux choix technologiques.
Disposer de grilles sur les tarifs.

6 - PROJET-ÉCOLE

Un projet pour mettre en pratique les acquis de la formation : animation d'un site Web, choix et mise en format, gestion de l'audience.

7 - STAGE PRATIQUE EN ENTREPRISE

Dans une entreprise, au sein d'un service de communication, d'une institution locale, régionale ou culturelle, ou d'un site Web d'information.

PARCOURS QUALIFIANTS

Parcours complet : 775 heures, dont 600 au centre et 175 en entreprise.

Cette formation peut être suivie de façon modulaire dans un parcours personnalisé. Nous consulter.

Tarif salarié :
15 950 euros HT
Financement individuel :
8 700 euros TTC

QP-ECN

Chargé d'édition livre et numérique

DU 18 SEPTEMBRE 2014 AU 22 AVRIL 2015

Objectif

Le métier de secrétaire d'édition concentre de plus en plus de compétences. Le secrétaire d'édition s'occupant plus particulièrement du suivi et de la coordination de la réalisation. Il faut savoir définir des concepts éditoriaux papier et numérique, maîtriser les nouvelles techniques de fabrication du livre, connaître précisément les réseaux de diffusion et de distribution, savoir apprécier le marché et la concurrence. Le parcours repose sur un principe d'acquisition et de mise en pratique. Chaque année, les stagiaires mènent des projets qui ont parfois le bonheur de devenir des livres…

Parcours complet : 1 000 heures, dont 720 au centre et 280 en entreprise.

Cette formation peut être suivie de façon modulaire dans un parcours personnalisé. Nous consulter.

Tarif salarié :
11 920 euros HT
Financement individuel :
8 300 euros TTC

QP-SE

PROJETS QUALIFIANTS

Programme

1 - PRATIQUE PROFESSIONNELLE, MISE À NIVEAU
Grammaire et orthographe, correction, fondamentaux de la communication écrite, règles de base de la mise en pages et initiation à la PAO.

2 - ÉCRIRE ET LIRE
Lecture de manuscrits, fiches de lecture, correction, réécriture, choix d'un auteur, commande à un auteur, sémiologie.

3 - CONCEPTION ÉDITORIALE
Processus éditorial, recherche de sources et d'idées, remodelage de livres, relation fond-forme, relation texte-image.

4 - GRAPHISME ET PAO
Typographie, principes de maquette, principes de couverture, choix des images et utilisation. Mise en pages sur XPress, InDesign, Photoshop.

5 - FABRICATION
Lecture et demande de devis, choix du papier, photogravure, épreuves de fabrication, impression, façonnage.

6 - BUDGET
Coût d'un livre, montage financier et devis, budgets prévisionnels et comptes d'exploitation, statuts et coûts d'une équipe. Initiation à Excel.

7 - COMMERCIALISATION
Diffusion et distribution, librairies, circuits de vente, outils de communication, relations avec les médias.

8 - JURIDIQUE
Panorama des contrats d'édition. Code de la propriété intellectuelle, droit d'auteur et droit de l'image. Les œuvres protégées.

9 - ÉDITION NUMÉRIQUE
Création et suivi de sites catalogues et de sites éditoriaux, suivi de production multimédia, techniques de mise en ligne, pilotage et organisation du flux des contenus.

10 - CRÉATION DE LIVRES NUMÉRIQUES
Connaître et maîtriser le processus de réalisation d'un livre numérique.

11 - APPLICATION TRANSVERSALE DES ACQUIS
Projets mensuels en groupe. Création et réalisation de projets de livres-école en interfilière.

12 - SPÉCIALISATION
Deux modules de 4 semaines font partie du parcours.

13 - STAGE PRATIQUE DANS UNE MAISON D'ÉDITION

Responsable de la communication éthique, sociale et solidaire

DU 24 MARS AU 3 OCTOBRE 2014
DU 23 FÉVRIER AU 5 AOÛT 2015

Objectif

Le métier de responsable de la communication connaît une importante évolution, due autant à la montée des exigences éthiques et responsables qu'à l'émergence de nouveaux outils numériques.
Cette formation apportera à tous ceux qui veulent exercer ce métier, notamment dans les structures de l'économie sociale et solidaire et les collectivités territoriales, les bases, théoriques et pratiques, pour savoir élaborer une stratégie cohérente, maîtriser l'usage des différents supports multimédias et les articuler, inscrire sa pratique dans une démarche éthique et citoyenne.

Programme

1 - CULTURE DU SECTEUR (ESS ET COLLECTIVITÉS TERRITORIALES)

Bases théoriques, critiques et éthiques de la communication.
Principes de la communication dans l'économie sociale et solidaire.
Principes de la communication territoriale et publique.

2 - STRATÉGIES DE COMMUNICATION ÉTHIQUE

Élaborer une stratégie de communication en formalisant les objectifs, les publics, les messages
Savoir décliner les principes stratégiques en outils opérationnels à travers un plan de communication.
Savoir coordonner et manager les équipes internes et externes.

3 - PRATIQUE DE LA COMMUNICATION MULTIMÉDIA

Articuler sa communication sur différents supports ; identité visuelle ; conception éditoriale et graphique.
Réaliser des supports multimédias pour la communication : techniques rédactionnelles efficaces, principes de mise en page print et Web, usage des images fixes et vidéo, du son radio et du diaporama sonore. Intégration et mise en ligne. Communication digitale et réseaux sociaux ; animation et community management.

4 - ACTIONS DE COMMUNICATION

Entreprendre et orchestrer une campagne : communication orale, marketing direct, publicité et contre-publicité, événementiel, relations presse, relations publiques, lobbying et plaidoyer, sponsoring et mécénat.
Mesurer l'efficacité d'une campagne ou de supports de communication.

5 - TRAVAUX PRATIQUES

Réalisation d'un chantier-école autour d'un événement de l'économie sociale et solidaire ou d'intérêt général, aboutissant à la publication d'un support papier et d'un site Web.

6 - SUIVI ET ACCOMPAGNEMENT

Aide à la recherche d'emploi, à la création d'entreprise et au montage de projet.

7 - STAGE PRATIQUE EN ENTREPRISE

Dans une agence de communication, une structure de l'économie sociale et solidaire ou une collectivité territoriale.

Parcours complet : 775 heures, dont 600 au centre et 175 en entreprise.

Cette formation peut être suivie de façon modulaire dans un parcours personnalisé. Nous consulter.

Tarif salarié :
11 650 euros HT
Financement individuel :
7 250 euros TTC

QP-COMESS

PARCOURS QUALIFIANTS

LES MÉTIERS DE L'INFORMATION

emi GRAND OUEST

MODULES COURTS
Écriture
Photo-vidéo
Web
Image et édition
Techniques de créativité

COURS DU SOIR

PARCOURS LONGS EMI

www.emi-grandouest.com • 02 40 48 62 51 • info@emi-grandouest.com

L'emi Grand Ouest : une notoriété déjà établie… et beaucoup d'envies

Lancée en mars 2012 à Nantes, l'emi Grand Ouest a su, en un peu plus d'une année, établir sa notoriété. La diversité de ses clients le démontre : médias locaux, agglomérations, conseils généraux, organismes territoriaux et entreprises, tant dans les Pays de la Loire qu'en Bretagne. Formations courtes ou longues, parcours modulaires, rendez-vous experts : l'offre ne fait que croître… tout comme nos envies !

Zoom sur nos formations phares

ÉCRITURE

Animer ses textes avec l'écriture créative

Quand l'essentiel de l'écriture est acquis, le pire danger, c'est la routine : style figé, formules répétitives donnent au lecteur une impression de «déjà-lu». Animé par un journaliste-romancier spécialiste des ateliers d'écriture, ce stage de deux jours est très prisé, notamment par les journalistes qui viennent y puiser de la fraîcheur pour leurs écrits !

PHOTO-VIDÉO

Maîtriser les bases de la vidéo numérique

Ce stage de cinq jours – deux jours pour le tournage, trois pour le montage – est un de nos best-of. Connaître les fondamentaux de la prise de vues vidéo – angle, cadrage, lumière et son, matériel, principes de tournage et de montage – permet aux non-spécialistes d'assurer eux-mêmes des tournages simples… ou de donner des consignes précises de tournage à un professionnel.

WEB

Comprendre et utiliser les réseaux sociaux

Twitter, Facebook et aujourd'hui Pinterest ou Instagram… : comprendre les réseaux sociaux et les utiliser au mieux relève pour beaucoup du casse-tête. Ce stage de deux jours défriche le terrain et permet de découvrir chaque réseau et ses spécificités, de réfléchir à son identité numérique et d'adopter la stratégie d'utilisation la plus efficace.

EFFICACITÉ PERSONNELLE

Gagner en efficacité avec le mind mapping

Structurer simplement ses infos, ses idées, ses projets et stimuler sa créativité : la technique du mind mapping permet d'atteindre ces objectifs et son exploitation en milieu professionnel est presque infinie. Grâce à ce stage de deux jours, les journalistes et communicants s'emparent de ce «couteau suisse» de la pensée pour leurs projets professionnels… ou personnels.

emi Grand Ouest, une Scop par conviction !

emi Grand Ouest est une structure coopérative (Scop) de formation continue, intégrée dans le paysage de l'économie sociale et solidaire de la Région. À ce titre, elle est l'une des premières Scops à avoir bénéficié en 2012 du soutien de la Région Pays de la Loire grâce au dispositif Capital Scop.

3 modules de formation collective, 5 dates pour les journalistes pigistes

Dans le cadre d'une consultation nationale, emi Grand Ouest a été retenue par l'Afdas Ouest.
Une offre sur mesure a été proposée par emi Grand Ouest à la Commission paritaire des journalistes pigistes, qui a sélectionné trois modules de formation collective destinés à ce public. Ils auront lieu à Nantes et à Rennes fin 2013 et courant 2014.

PARCOURS 1 MOIS

Des modules spécialisés pour approfondir ses compétences

Ces formations sont destinées aux stagiaires souhaitant se perfectionner, notamment dans le domaine du numérique, en acquérant de nouvelles pratiques et techniques : 19 modules sont à l'affiche. Suivre plusieurs d'entre eux vous permettra de construire un véritable parcours de formation.

Journalisme • 126 h

18 JOURS AU CENTRE

LA PRATIQUE DE LA RÉDACTION MULTIMÉDIA

DU 10 JUIN AU 3 JUILLET 2014

Objectif

Savoir traiter l'information en flux. Savoir concevoir et scénariser l'information sur un mode multimédia et interactif. Savoir traiter un sujet en utilisant et en articulant les différents médias du Web : texte, son, vidéo, diaporama, etc.

Programme

1 - LE RÔLE CENTRAL DE L'INTERNAUTE

Les usages et évolutions récentes du Web, les tendances, les nouveaux outils. Les parcours de lecture. Analyse de sites.

2 - PENSER EN AMONT L'INFORMATION POUR LE WEB

Organiser sa veille et ses recherches. L'utilisation des réseaux sociaux. Scénariser un sujet multimédia. Choisir et combiner les modes d'expression : texte, son, image, vidéo, infographie, etc.

3 - LES FONDAMENTAUX DE L'ÉCRITURE ET DE L'ÉDITION WEB

De nouveaux modes de narration. L'écriture en flux. L'importance du référencement. L'utilisation des liens et tags. Exercices pratiques.

4 - LE SON POUR LE WEB

Le matériel son. L'importance de la voix. L'écriture, l'interview et le reportage son. Le montage numérique. Exercices pratiques.

5 - LA VIDÉO POUR LE WEB

Le matériel vidéo. Prise en main de la caméra. L'importance du son et de l'éclairage. L'interview et le reportage vidéo. Le montage vidéo. Exercices pratiques.

6 - L'INTERACTIVITÉ

Les outils de l'interactivité : les blogs, les forums, les chats, les sondages, les quiz, les trackbacks. Faire participer les internautes.

7 - LA MISE EN FORME DE L'INFORMATION

Savoir hiérarchiser et organiser son information. Choisir son média pivot. Choisir son mix numérique. Les contraintes de construction. L'actualisation. Exercices pratiques.

Méthode :

Ce module de 4 semaines permet à des rédacteurs de se spécialiser dans la conception et la réalisation de sujets multimédias. Les cours font alterner théorie et exercices concrets. Grâce à un blog-école, les stagiaires sont placés en situation réelle.

Tarif salarié :

4 770 euros HT

Financement individuel :

3 250 euros TTC

PL-JRMUL

PROGRAMMES 120 HEURES

Journalisme • 126 h

18 JOURS AU CENTRE

LA PRATIQUE DE L'ÉDITION MULTIMÉDIA

DU 10 JUIN AU 3 JUILLET 2014

Objectif

Connaître la chaîne de l'information sur le Web et les spécificités du secrétariat de rédaction et de l'édition sur les sites, en vue d'éditer des sujets multimédias et de maîtriser l'édition de textes, de sons et de vidéos.
Organiser le travail d'une équipe pluridisciplinaire.

Programme

1 - LE RÔLE CENTRAL DE L'INTERNAUTE
Les nouveaux usages du Web. Les nouveaux supports. Analyse de sites, parcours de lecture, pratiques.

2 - ÉDITER L'INFORMATION SUR LE WEB
Les spécificités de l'édition de textes sur le Web. L'information en flux et en stock, le live, la scénarisation, les dossiers, l'interaction, le multimédia (texte, image, diaporama, son, infographie), l'inscription dans un espace ouvert. Les principes d'une charte éditoriale pour le Web.

3 - LA FONCTION D'ÉDITEUR SUR LE WEB
La notion de sujet et de dossier. Des formes multiples pour un sujet. La fonction d'éditeur selon le site. Définition des tâches ; les points communs avec le SR papier, les spécificités. Les briefs et les commandes d'infographies, de photos, de vidéos, de sons. L'éditing du son et de la vidéo.

4 - ORGANISER L'ACTUALISATION
Organiser sa veille. L'utilisation des réseaux sociaux. La place de la conférence d'édition. Un processus permanent : les techniques d'actualisation, la mise en ligne. La question des versions successives.

5 - LES OUTILS DU WEB
L'usage et la fonction des principaux outils de base de mise en ligne pour créer des infographies et gérer les données.

6 - CONSTRUIRE L'INTERACTIVITÉ
Les liens, les blogs, les forums. Gérer la modération.

7 - AUDIENCE ET BUDGET
Suivre son audience. La gestion des moyens et le suivi des équipes. Le référencement. Buzz et dissémination, l'utilisation des réseaux sociaux. Les dimensions juridique, technique et budgétaire.

8 - ATELIER
Édition d'un site en temps réel.

Méthode :
Ce module de 4 semaines permet à des secrétaires de rédaction de se spécialiser dans l'édition multimédia. Un site-école est utilisé pour publier les exercices pratiques.

Tarif salarié :
4 770 euros HT
Financement individuel :
3 250 euros TTC

PL-EDMUL

PARCOURS 120 HEURES

Journalisme • 15 h

15 HEURES AU CENTRE, RÉPARTIES SUR 3 SEMAINES

LE COACHING D'UNE ENQUÊTE

DU 3 AU 21 FÉVRIER 2014

Objectif

Maîtriser les techniques de l'enquête : choix du sujet et de l'angle, travail sur les sources, maîtrise du timing, narration.

Programme

1 - LE DÉROULEMENT GÉNÉRAL

La formation se déroule dans un cadre professionnalisant, selon un système de coaching personnalisé, par petits groupes de quatre stagiaires au maximum, encadré par un journaliste expérimenté, spécialisé dans le travail d'enquête.

2 - LE SUIVI

Le suivi de l'enquête – du choix du sujet initial, de son angle, de la méthodologie retenue, de l'écriture et des formats – est assuré par plusieurs rendez-vous entre chacun des stagiaires et son coach, ainsi que par un accompagnement continu par échanges de mails et contacts téléphoniques.

3 - LES RENDEZ-VOUS

Chaque stagiaire propose son propre sujet d'enquête, sur la base d'un synopsis. La faisabilité et l'intérêt du sujet, destiné à un support défini, est validé par le coach lors d'une première rencontre. Au cours de ce premier rendez-vous, une méthodologie est également mise en place, ainsi qu'un plan de travail. Une première réflexion sur l'iconographie possible est aussi engagée.
Le second rendez-vous est destiné à faire un point sur l'avancement de l'enquête, éventuellement à en recaler l'angle, et à envisager d'éventuels compléments d'enquête.
Le troisième rendez-vous est aussi destiné à faire un point sur l'avancement de l'enquête et à réfléchir au plan de narration de l'enquête (article principal, encadré[s]…).
Le quatrième rendez-vous est consacré à une lecture critique du premier jet de l'enquête.
Le cinquième rendez-vous est consacré à la validation de l'enquête définitive.

Méthode :
Ce module permet aux stagiaires rédacteurs de valider un projet d'enquête et d'être accompagnés par un formateur.

Tarif salarié :
980 euros HT
Financement individuel :
690 euros TTC

PL - COACH

PARCOURS 120 HEURES

Journalisme, vidéo et photo • 120 h

120 HEURES AU CENTRE (4 SEMAINES)

LE JOURNALISME DE PROJET MULTIMÉDIA

DU 24 FÉVRIER AU 21 MARS 2014

Objectif

Créer, produire et diffuser des sujets multimédias en équipe pluridisciplinaire et complémentaire. Les stagiaires – possédant des doubles compétences (photo-vidéo, éditorial-son, montage-narration, etc.) – forment pendant 120 heures une rédaction éphémère, productrice de contenus, dont l'objectif est de produire et de vendre ses productions multimédias à des rédactions ou à des institutions.

Programme

1 - LA NARRATION MULTIMÉDIA

Angle. Rythme. Travail d'enquête. Les formats narratifs.

2 - CHOIX DES MÉDIAS

3 - LES MODES DE TRAITEMENT VISUEL

4 - LES SUPPORTS DE DIFFUSION ET LEURS CONTRAINTES TECHNIQUES

5 - TRAVAIL EN ÉQUIPE PLURIDISCIPLINAIRE

Savoir évaluer ses compétences. Rechercher la complémentarité. La répartition des tâches.

6 - GESTION DE PROJET

Le choix du sujet. La rédaction du synopsis. La recherche et la validation des sources. L'agenda de production. L'usage des outils collaboratifs. La définition des publics. La définition des supports de visualisation (site, blog, tablette, mobile). La promotion de son sujet.

7 - RÉALISATION

Production (tournage, interview, prise de son). Postproduction des contenus éditoriaux et visuels. Rédaction et édition.

8 - PROMOTION ET COMMERCIALISATION

Réseaux sociaux. Rédactions. Institutions.

Méthode :
Les stagiaires, travaillant en équipe à double compétence, élaboreront des productions multimédias prêtes à la diffusion. Ils seront accompagnés par différents formateurs spécialisés.

Tarif salarié :
4 950 euros HT

Financement individuel :
3 500 euros TTC

PL - PROJ

PARCOURS 120 HEURES

Journalisme et graphisme • 120 h

120 HEURES AU CENTRE (4 SEMAINES)

CONCEVOIR ET RÉALISER DES INFOGRAPHIES PAPIER ET WEB

DU 24 FÉVRIER AU 21 MARS 2014

Objectif

Trouver des données, savoir les homogénéiser, les traiter et les exploiter à l'aide d'outils – tableurs et bases de données –, apprendre les principes de la visualisation et les différents modes de représentation.
Savoir scénariser ces données pour créer des infographies interactives.

Programme

1 - LES DONNÉES

Où trouver les données : les principes et les principales bases de données ressources. Comment homogénéiser les données. Recueillir les données. Les outils de scraping. Les pièges à éviter. Savoir présenter les données.
Exercices pratiques.

2 - LES OUTILS DE TRAITEMENT DE DONNÉES

Les tableurs : Excel (Microsoft), Calc (OpenOffice), Feuille de calcul (Google Docs). Comparatifs. Les principales fonctions. Les usages avancés (fonction de tri, formules, etc.).
Exercices pratiques.

3 - LES MODES DE REPRÉSENTATION

Les principes de représentation visuelle ; les codes couleur.
Les différents modes de représentation et les différents types de graphiques : cartes, timelines, barres, histogrammes, nuages de points, etc.
Les choix de représentation.
Exercices pratiques.

4 - L'INFOGRAPHIE AVANCÉE ET L'INFOGRAPHIE INTERACTIVE

Les principes de la scénarisation de l'information de données.
La visualisation avancée.
L'interactivité : principes d'ergonomie.
Création d'infographie interactive à partir de logiciels off line et on line.
Quelle place pour le développeur ?
Exercices pratiques sous forme d'atelier.

Méthode :
Ce module de 4 semaines permet à des journalistes, à des secrétaires de rédaction et à des graphistes de se spécialiser dans la conception et la réalisation d'infographies pour le papier et interactives.
Les cours font alterner théorie et exercices concrets.
Un blog-école permet de mettre les stagiaires en situation réelle.

Tarif salarié :
4 550 euros HT

Financement individuel :
3 100 euros TTC

PL-INFO

Graphisme et multimédia • 120 h

DE 120 À 126 HEURES AU CENTRE (4 SEMAINES)

LA CONCEPTION GRAPHIQUE POUR LE WEB

DU 6 AU 31 JANVIER 2014, SOIT 120 H

DU 3 AU 27 JUIN 2014, SOIT 126 H

SUIVI D'UN MODULE OPTIONNEL WORDPRESS 4 JOURS :
DU 3 AU 7 FÉVRIER 2014 ET DU 30 JUIN AU 4 JUILLET 2014

Objectif

Maîtriser les méthodes de conception du webdesign indispensables aux directeurs artistiques, aux graphistes et maquettistes, de la communication et de la presse.
Acquérir la méthodologie nécessaire à la conception graphique de sites Web.
S'initier aux logiciels de pointe dans le domaine de la création ainsi qu'aux outils de développement, pour réaliser des sites et dialoguer avec les développeurs.

Programme

ÉTAPE 1 - MÉTHODOLOGIE DE CONCEPTION POUR LE WEB DESIGN (30 H)

Panorama du webdesign. Analyse de sites, meilleurs usages.
Conception et réalisation d'un projet de A à Z : analyse d'un cahier des charges.
Interprétation d'un cahier de conception.
Synthèse créative.
Inventaire de la boîte à outils Web.
Structuration d'un document Photoshop.
Création de fichier PSD.

ÉTAPE 2 - CONCEPTION GRAPHIQUE (30 H)

Conception d'un site sur sujets proposés.
Page d'accueil. Page niveau 1. Page d'accueil niveau 2. Charte graphique. Réalisation des gabarits et préparation des fichiers PSD.

ÉTAPE 3 - LES OUTILS DU WEBDESIGN (30 H)

Dreamweaver : éditeur HTML + CSS. Architecture de pages avec les CSS et les DI. Comportements Javascript.
Création d'un site de type blog et mise en ligne.

ÉTAPE 4 - DÉVELOPPEMENT (30 H)

Développement des gabarits de l'étape 2 en HTML et CSS. Présentation du projet devant un jury.

Méthode :
Ce module de 4 semaines, suivi d'une option WordPress, permet à des directeurs artistiques et à des graphistes d'apprendre les mécanismes du graphisme Web. Ils pourront mettre en pratique les méthodes de conception graphique en réalisant un projet.

Tarif salarié :
4 950 euros HT
Financement individuel :
3 500 euros TTC

PL- COGRA

Multimédia et journalisme • 120 h

120 HEURES AU CENTRE (4 SEMAINES)

PILOTER L'ANIMATION D'UN SITE INTERNET

DU 13 JANVIER AU 7 FÉVRIER 2014

Objectif

Savoir mener à bien la création ou la refonte d'un site, de l'analyse de l'existant à sa mise en ligne, en conservant comme exigence la mise en valeur de l'information.

Programme

1 - ANALYSE ÉDITORIALE D'UN SITE

Identifier l'offre et le positionnement d'un site, expliciter les choix du producteur.
Les modes de traitement de l'information : rythme, médias, réactivité, relation avec les lecteurs.

2 - PLACE DU SITE PARMI LES AUTRES MOYENS DE COMMUNICATION

Analyse par public. Analyse par fonction. Analyse par couverture des sujets. Complémentarité et recouvrement.

3 - LA NOTE D'INTENTION

Rôle, destinataire. Plan type. Rédaction d'une note d'intention pour un site simple (site plaquette, par exemple). Rédaction pour une refonte de site complexe.
Travaux pratiques.

4 - DÉFINIR LES FORMATS DE TRAITEMENT

Analyser les formats utilisés dans un site. Mode de description des gabarits. Élargir la bibliothèque de gabarits à des situations atypiques. Rédaction d'un cahier de conception.
Travaux pratiques.

5 - L'EXPLOITATION DU SITE

Choix d'un hébergeur, appréciation de la charge. Référencement initial et suivi. Installer le site parmi les supports de communication.

6 - L'ORGANISATION DU PROJET DE REFONTE

Phases, acteurs, coûts, délais, plannings, appels d'offres, réception des prestations.
Analyse d'un cahier des charges.

7 - ATELIERS

Conception d'un site événementiel.
Conception d'un site communautaire.

Méthode :
Ce module de 4 semaines permet aux stagiaires de se spécialiser dans le pilotage d'un site Internet.
Les cours font alterner théorie et exercices concrets.

Tarif salarié :
4 250 euros HT
Financement individuel :
3 020 euros TTC

PL-CONSI

PARCOURS 120 HEURES

Multimédia, graphisme et journalisme • 120 h

120 HEURES AU CENTRE (4 SEMAINES)

LES SUPPORTS DE L'INFORMATION NUMÉRIQUE

DU 3 AU 28 MARS 2014

Objectif

Connaître les atouts de chaque support numérique pour en tirer parti dans la conception d'offres originale et de déclinaisons.

Programme

1 - PARTICULARITÉ DU POSITIONNEMENT DE CHAQUE MÉDIA

Comprendre les atouts respectifs des média (Web, livres électroniques, applications mobiles, réseaux sociaux, publications). Analyser les situations d'usage et la place de chaque support dans ce cadre. Élaborer des scénarios d'usage. Définir des personas. Rédiger une note d'intention et l'évaluer. Les principes communs de conception pour ces supports, le travail sur les contenus, la place et le suivi des utilisateurs.

2 - WEB EN MOBILITÉ

Analyse les versions mobiles de quelques sites. Représenter l'utilisation de son site en situation de mobilité. Les principes du responsible design. Aller à l'essentiel, fluidifier l'accès aux fonctions et aux informations de décisions. Les ressources des CMS pour produire une version mobile du site. Et les exigences propres à la mobilité pour la conception du site. Travaux pratiques

3 - APPLICATIONS POUR LES MOBILES

Typologie des applis mobile. Les situations d'usage. Ce qui distingue une appli mobile. Les versions Ios et Android. Mener un projet de réalisation d'une appli mobile. Savoir cerner l'essentiel des fonctionnalités à proposer à l'utilisateur. Ne pas se limiter à une seule appli. Les équipes de réalisation. Travaux pratiques.

4 - APPLICATIONS POUR LES TABLETTES

Typologie des applis tablette. Les situations d'usages qui doivent guider le travail de conception. La place de la vidéo, le travail des maquettes graphiques. Le mode d'interactivité. Les choix d'actualisation des contenus. Les différentes versions d'applis. Mener un projet de réalisation d'une appli tablette. Les équipes de réalisation. Travaux pratiques.

5 - LIVRES ÉLECTRONIQUES

Connaître le format ePub. Un livre électronique, plusieurs supports de lecture. La place du livre électronique par rapport au livre. Décliner un livre existant en livre électronique : questions techniques et questions éditoriales. Comment s'insérer dans la chaîne de production. Produire un livre électronique original : les étapes et les acteurs du projet.

Méthode :
Ce module s'adresse à des professionnels de la presse, de l'édition et de la communication. Il permet de mieux connaître les atouts de chaque média et de comprendre comment réaliser des applications pour les mobiles et les tablettes ainsi que des livres électroniques.

Tarif salarié :
4 950 euros HT
Financement individuel :
3 500 euros TTC

PL-SUPPS

120 HEURES

Journalisme, graphisme et multimédia • 120 h

120 HEURES AU CENTRE (4 SEMAINES)

LA CONCEPTION WEB MULTISUPPORT

DU 24 FÉVRIER AU 21 MARS 2014

Objectif

La possibilité offerte de publier sur différents supports souligne l'exigence d'une rigueur de définition de la place de chacun dans sa politique éditoriale et l'univers du public visé. Cette formation dote les participants d'une méthode de conception de leur politique éditoriale multisupport.
Cette formation s'adresse à des professionnels qui maîtrisent déjà les méthodes de conception éditoriale de supports traditionnels et celles des supports numériques.

Programme

1 - SUPPORTS ET MOYENS DE PUBLICATION
Le nombre important de moyens disponibles de publications, possédé, gagné et acheté.

Les atouts, limites et usages des supports les plus courants.

2 - CARTOGRAPHIER L'EXISTANT
Recenser les publications pour en dégager les zones de recouvrement et les vides. Représenter la dynamique créée par les offres et les espaces de convergences.

3 - OPTIONS D'ARCHITECTURE TECHNIQUE
Les outils dédiés à un support.
Les besoins : agilité, réactivité et réutilisation.
L'exigence de fluidifier les visites du public d'un support à l'autre.

Les principes d'une centrale de publication.

4 - AFFECTER UNE PLACE À CHAQUE PUBLICATION
Savoir positionner clairement une publication en soi et en fonction des autres publications (interne ou concurrente).

5 - ADOPTER UNE POLITIQUE DE CONVERGENCE
Comment ne pas s'éparpiller entre les différents supports et organiser la convergence de chaque public vers les espaces de concrétisation souhaités.

6 - ORGANISER LA MONTÉE EN PUISSANCE
Élaborer un plan de déploiement. Savoir identifier les seuils marquant l'adoption par une masse critique de public permettant de passer à une étape supérieure d'implication ou d'élargissement.

7 - TRAVAUX PRATIQUES
Analyse d'un existant et élaboration d'une politique de redéploiement.

Méthode :
Ce module permet aux stagiaires de se spécialiser dans la conception d'un site Internet. Il s'adresse aux responsables de communication, secrétaires de rédaction, graphistes et rédacteurs en chef.
Les cours font alterner théorie et exercices concrets.

Tarif salarié :
4 950 euros HT

Financement individuel :
3 500 euros TTC

PL-CONW

Édition et multimédia • 126 h

4 SEMAINES : 2 X 5 JOURS ET 2 X 4 JOURS

CONCEVOIR ET PUBLIER DES LIVRES NUMÉRIQUES

DU 14 AU 18 AVRIL 2014, DU 12 AU 16 MAI 2014
DU 2 AU 5 JUIN 2014, DU 30 JUIN AU 3 JUILLET 2014

Objectif

Connaître et maîtriser la conception d'un livre numérique. Organisation et process de création-production de livres numériques. Montage budgétaire et planning, aspects juridiques. Marketing éditorial, diffusion et distribution.

Programme

1 - LES NOUVEAUX USAGES DU WEB

Analyse de site, parcours de lecture, pratiques.
Panorama du Web et du numérique. Panorama du livre dans l'univers numérique. Les secteurs éditoriaux (savoir, pratique, scolaire, littérature, jeunesse) et les pratiques numériques.

2 - LA CONCEPTION ÉDITORIALE NUMÉRIQUE

Quel objet numérique pour un livre papier donné ? Complémentarité ou concurrence ? La question des usages et des expériences.

3 - LE PROCESS ÉDITORIAL APPLIQUÉ AU LIVRE NUMÉRIQUE

Différents supports numériques (Web, tablettes, liseuses, téléphones), formats, usages et expériences de lecture.

4 - LES OUTILS DU WEB

L'usage et la fonction des principaux outils de base de mise en ligne et des différents médias numériques (texte, son, image fixe, animation et vidéo).
Les outils de création de fichiers ePub : Calibre, InDesign, Word.

5 - LES DIMENSIONS JURIDIQUE, TECHNIQUE ET BUDGÉTAIRE

6 - LA DIFFUSION ET LA DISTRIBUTION

7 - MIEUX UTILISER LES RESSOURCES DU WEB

Outils du Web utiles à la création éditoriale. Le marketing éditorial numérique.
Les réseaux sociaux. Les sites de promotion. Le site de la maison d'édition ou de la collection. La newsletter.

8 - ATELIER

Réalisation d'un livre numérique (ePub).

Méthode :
Ce module de 4 semaines permet à des éditeurs de se spécialiser dans la conception et la réalisation de projets multimédias.
Les cours font alterner théorie et exercices concrets.
Grâce à un site-école, les stagiaires sont placés en situation réelle.

Tarif salarié :
4 770 euros HT
Financement individuel :
3 250 euros TTC

PL-LVNUM

Communication • 105 h

105 HEURES AU CENTRE (3 SEMAINES)

L'ÉLABORATION D'UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION ÉTHIQUE

DU 14 AVRIL AU 7 MAI 2014

Objectif

Professionnaliser les acteurs de l'ESS ou des collectivités territoriales en leur donnant les bases permettant d'élaborer une stratégie cohérente de communication. Situer les enjeux de la communication dans la stratégie générale de la structure. Prendre le recul nécessaire pour en comprendre les finalités. Produire une analyse des pratiques en œuvre aujourd'hui.

Programme

1 - CONCEVOIR UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION (35 H)

État des lieux : contenus, méthodes, limites... Faire le diagnostic de l'existant / outils d'analyse. Définir les objectifs, les publics, les messages. Procéder à la formalisation des messages au service des valeurs. Plate-forme identitaire et positionnement.

2 - ÉLABORER UN PLAN DE COMMUNICATION (35 H)

Qu'est-ce qu'un plan de communication ? À quoi sert-il ? Intérêt et limites d'une démarche de planification de la communication en communication publique.
Calendrier et budget. Organisation du travail. L'adaptation aux événements imprévus, aux crises et aux opportunités.

3 - MANAGER LA COMMUNICATION INTERNE ET EXTERNE (35 H)

La communication, une fonction incontournable.
Préciser les différentes finalités de la communication.
Piloter une équipe / outils de pilotage. Mettre en place un réseau de correspondants : comprendre les finalités des réseaux ; définir les missions de chacun ; diagnostiquer la performance du réseau.
Construire un plan d'animation pour son réseau : choisir les thèmes de travail et les actions.
Sélectionner et coordonner ses prestataires extérieurs.

Méthode :
Ce module, qui permettra d'élaborer et de mettre en œuvre des stratégies et des plans de communication, s'adresse en priorité aux acteurs ou aux futurs acteurs des entreprises de l'économie sociale et solidaire, des collectivités locales. Il se fonde sur l'exemple et la construction de projets.

Tarif salarié :
3 720 euros HT

Financement individuel :
2 640 euros TTC

PL-COMME

120 HEURES

Communication • 120 h

120 HEURES AU CENTRE (4 SEMAINES)

LA PRATIQUE DE LA COMMUNICATION MULTIMÉDIA

DU 19 MAI AU 13 JUIN 2014

Objectif

Améliorer l'efficacité des écrits en s'inspirant des méthodes journalistiques.
Connaître les fondamentaux de la mise en page print et Web.
Appréhender les outils et modes de narration spécifiques au multimédia.
Tous les éléments indispensables pour créer et alimenter un support de communication multimédia efficace et crédible.

Programme

1 - TECHNIQUES RÉDACTIONNELLES TEXTE (28 H)

Les comportements de lecture.
Les principes de l'écriture journalistique : clarté, précision, concision.
Comment préparer et conduire une interview.
Articuler son écrit : construction du texte et argumentation.
Soigner la visibilité : niveaux de lecture, règles de présentation, titrage.
Optimiser la lisibilité : précision du vocabulaire, simplicité de la syntaxe, rôle de la ponctuation.

2 - RÉALISATION GRAPHIQUE, MISE EN PAGE, MISE EN LIGNE (28 H)

Les principes de mise en page : lisibilité et visibilité, hiérarchisation des éléments, rythmes et harmonie.
Initiation aux logiciels de mise en page print et Web.
Le travail avec les prestataires.
Initiation à la mise en ligne sous Wordpress.

3 - IMAGES FIXES ET VIDÉO (28 H)

Composition et analyse de l'image. Les valeurs de plan.
Fondamentaux de l'image numérique : résolution, définition, compression, poids et taille, métadonnées.
Réaliser une interview en vidéo.
Les bases pour monter un reportage.
Le droit à l'image.

4 - SON RADIO ET DIAPORAMA SONORE (14 H)

Son d'illustration, son d'information ou mix ?
Principes de montage du son ; articulation images/son.
Les principes de l'iconographie appliqués au diaporama : lecture, sources, éditing, légendes, droits.
La dynamique du récit : quel ordre pour les images, quel rythme, quel principe de scénario ?
Les outils du diaporama : des logiciels simples d'usage ; l'emploi de serveurs FTP.

5 - TRAVAUX PRATIQUES (21 H)

Réalisation d'un sujet multimédia pour un site.

Méthode :

Depuis longtemps spécialisée notamment dans le journalisme, en pointe depuis une décennie sur les pratiques multimédias, l'emi met ses savoir-faire (écriture, graphisme, vidéo) au service de l'élaboration d'outils de communication.
Ce module comprend de nombreux exercices pratiques.

Tarif salarié :
4 250 euros HT
Financement individuel :
3 020 euros TTC

PL-COMMU

Vidéo et journalisme • 126 h

126 HEURES AU CENTRE (4 SEMAINES)

LA VIDÉO POUR LE WEB

DU 12 MAI AU 6 JUIN 2014
DU 27 OCTOBRE AU 21 NOVEMBRE 2014

Objectif

Apprendre à réaliser des vidéos en maîtrisant à la fois les savoir-faire journalistiques et techniques. S'initier aux techniques de prise de vues, de montage et de diffusion sur le Web.

Programme

1 - PRODUIRE DE LA VIDÉO POUR LE WEB
L'intérêt de la vidéo sur le Web : des angles différents, un complément d'information.
Le reportage vidéo : le travail de terrain, les pièges à éviter.
Les fondamentaux de l'écriture vidéo : le cadrage, les mouvements, la prise de son, la lumière.

2 - L'INTERVIEW VIDÉO
Les différents genres : questions-réponses, micro-trottoir, portrait, entretien ; leurs objectifs et leurs contraintes.
Le tournage : la conduite de l'interview.
Comment être à l'aise et mettre en confiance. L'art de l'écoute.

3 - LE COMMENTAIRE SUR IMAGES
Poser sa voix, travailler son élocution, s'entraîner au mixage.
Exercices pratiques à partir de sujets montés.

4 - LA PRISE DE SON
Les pièges à éviter. Matériel à utiliser en fonction des contraintes : quels micros pour l'interview, le micro-trottoir, le reportage, les sons d'ambiance.

5 - ÉCLAIRAGE ET LUMIÈRE
Apprendre à utiliser la lumière, qu'elle soit naturelle ou artificielle, et à composer avec elle.

6 - INITIATION AUX LOGICIELS DE MONTAGE
Les logiciels de montage numérique Final Cut Pro X et Premiere Pro. Finaliser le montage, la postproduction : titres, sous-titres. Génériques, musiques.
Intégrer la vidéo dans une page Web : rédiger le texte de lancement de la vidéo.

7 - RÉALISATION D'UN REPORTAGE
L'art de faire vivre l'information et de raconter une histoire.
Les sources. La préparation et les repérages.

Méthode :
Ce module de quatre semaines fournira une solide initiation aux techniques vidéo, de la prise de vues au montage, en passant par la diffusion sur le web.
Les stagiaires tourneront et monteront leurs propres sujets, et travailleront en commun dans une logique de rédaction.

Tarif salarié :
4 950 euros HT
Financement individuel :
3 500 euros TTC

PL-JRVID14

126 HEURES

Journalisme, photo et vidéo • 120 h

120 À 126 HEURES AU CENTRE (4 SEMAINES)

LE WEBDOCUMENTAIRE ET LA NARRATION INTERACTIVE

DU 24 FÉVRIER AU 21 MARS 2014, DU 10 JUIN AU 3 JUILLET 2014

Objectif

Savoir concevoir et réaliser un webdocumentaire, combinant narration interactive, traitement multimédia de données (textes, photos, vidéos et sons) et écritures transmédias. Maîtriser toutes les étapes de la réalisation et de la diffusion d'un projet.

Programme

1 - HISTORIQUE ET CONTEXTE DU WEBDOCUMENTAIRE

Analyse de l'existant à partir de plusieurs réalisations de documentaires en ligne.
Avec la participation d'auteurs, de concepteurs et de réalisateurs.
Montage de dossier et financement.
Les acteurs de la chaîne de production.
Réseaux sociaux et promotion.
Interactivité et webdesign.
Les bases de l'écriture interactive et les structures narratives.
Initiation aux outils de traitement des sources : Photoshop, Audacity, Hindenburg, Final Cut Pro X, Premiere.
Travaux pratiques de traitement et de mise en conformité.
Panorama des plates-formes de création : 3WDOC, Klynt, Popcorn.js, Djehouti.
Travaux pratiques d'intégration sur plate-forme.

2 - ATELIER DE CONCEPTION ET DE RÉALISATION

Formation d'une équipe pour travailler sur un projet proposé par l'équipe pédagogique.
Définition de l'angle, structure narrative.
Écriture d'un scénario interactif, mise en place de l'arborescence.
Définition du design global.
Recherche, choix, traitement des contenus et des médias et intégration, réalisation des modules, des blocs et des séquences.
Finalisation du projet et mise en ligne

Ce stage bénéficie de l'apport du logiciel de montage interactif Djehouti.

Méthode :
Ce module de 4 semaines permet de préparer un projet de narration interactive : coordination, conception, écriture, gestion des contenus, modèle économique, promotion et diffusion.

Tarif salarié :
4 550 euros HT
Financement individuel :
3100 euros TTC

PL-WEBDOC

Photo et vidéo • 126 h

126 HEURES AU CENTRE (4 SEMAINES)

TOURNER EN VIDÉO AVEC UN REFLEX NUMÉRIQUE

DU 3 AU 26 SEPTEMBRE 2014

Objectif

Les boîtiers photo avec fonction de vidéo HD permettent aujourd'hui de prétendre à de nouvelles opportunités professionnelles.
Ce stage de 126 heures dépasse le cadre d'un enseignement limité aux fondamentaux en formant les élèves à la maîtrise d'un boîtier HD dans l'optique d'une production professionnelle diffusable. En approfondissant les techniques de tournage, de montage et de narration audiovisuelle, les stagiaires seront amenés pendant les quatre semaines à régulièrement mettre en pratique les apprentissages, du synopsis au tournage et au montage, interviews et sujets de reportages.

Programme

1 - LANGAGE DE L'IMAGE ANIMÉE

Les valeurs de plan. Les mouvements de caméra. Les entrées, les sorties. Plan de coupe. Plan-séquence. Le rôle du son.

2 - BASES DE VIDÉO NUMÉRIQUE

Formats. Codecs. Workflow de tournage.

3 - MANIEMENT DES BOÎTIERS ET PRISE EN MAIN

Menus et réglages. Les choix d'optiques. Les limites matérielles Focus. Profondeur de champ. Gestion de la lumière. Travail avec pied et/ou monopod. Les accessoires.

4 - GESTION DU SON STUDIO ET TERRAIN

Comprendre la prise de son. Micros-canons, HF, zoom, mixette. Prise de son interview. Prise de son ambiance. Postproduction. Éditing son.

5 - MONTAGE

Les bases du montage. Synchronisation image-son. Le dérushage Le compositing. Les formats d'export.

6 - LE REPORTAGE VIDÉO

Les principes de narration.
Rédiger son synopsis.
Construire et angler son sujet.

7 - TRAVAUX PRATIQUES TOUT AU LONG DU STAGE

Prise de son ambiance et éditing.
Tournage et montage d'interviews intérieur-extérieur.
Tournage et montage de sujets de type news flash (1 min 30 max).
Tournage et montage de sujets de type newsmagazine.

Méthode :
Ce module permet d'approfondir la pratique de boîtiers photo avec fonction vidéo HD.
Au-delà des aspects techniques, les travaux pratiques permettront aux stagiaires de produire des sujets d'enquête ou de reportage.

Tarif salarié :
4 460 euros HT
Financement individuel :
3 170 euros TTC

PL-REFLEX

Photo et vidéo • 120 h

120 HEURES AU CENTRE (4 SEMAINES)

LE DOCUMENTAIRE ET SES FORMES INTERACTIVES

DU 6 AU 31 JANVIER 2014

Objectif

Définir la spécificité et les enjeux de la narration documentaire par rapport au reportage journalistique. Chaque stagiaire pourra proposer un projet documentaire, traditionnel ou interactif, qu'il souhaite travailler.
Étude de cas et travaux pratiques permettront de faire basculer les participants de l'objectivité « supposée » du journaliste à la subjectivité « assumée » du documentariste.

Programme

1 - HISTORIQUE DU CINÉMA DOCUMENTAIRE
Analyse de l'affirmation d'un point de vue dans le documentaire et différence avec le reportage.

2 - L'ÉCRITURE D'UN PROJET DE DOCUMENTAIRE
Analyse de dossiers de films. Études de cas.

3 - L'ÉCRITURE WEB ET SES SPÉCIFICITÉS
Hypertexte, multimédia, temps réel et interactivité.

4 - DÉCRYPTAGE DES SYNOPSIS
De l'idée au sujet : quelles informations, quels personnages ? Quel est le dispositif de tournage envisagé ? Quelles situations filmiques, ambiances, musiques, interviews, images d'archives ?

5 - LES PRINCIPAUX ÉLÉMENTS À DÉFINIR
Le thème principal, le fil conducteur, la structure narrative, la continuité dialoguée, le rapport réel/fiction.

6 - ATELIER D'ÉCRITURE
Rédaction des notes d'intention et de réalisation. Écrire pour donner à voir et à entendre.

7 - PRÉPARER UN DOSSIER DE FILM DOCUMENTAIRE
Comment écrire un dossier de film documentaire destiné à être présenté à un producteur, un diffuseur ou une commission d'aide.

8 - LES ÉTAPES DE LA RÉALISATION
Appréhender de manière globale toutes les étapes de « fabrication » d'un film documentaire, de l'écriture à la postproduction.

9 - LE DOCUMENTAIRE INTERACTIF
Nouveaux supports, nouveaux usages, nouveaux enjeux pour les documentaristes.

Méthode :
L'accent est mis sur le travail d'écriture et sur la construction d'un point de vue. Il s'agira donc, grâce à une réflexion sur les diverses formes documentaires, de faire évoluer chaque projet proposé par les stagiaires.

Tarif salarié :
4 950 euros HT
Financement individuel :
3 500 euros TTC
PL-DOCVID

Contact pro 01 53 24 68 68

Photo • 126 h

126 HEURES AU CENTRE (4 SEMAINES)

LES BASES DE L'ICONOGRAPHIE

DU 12 MAI AU 6 JUIN 2014

Objectif

Comprendre les modes de lecture, le langage et les méthodes de valorisation de l'image dans les domaines de la presse, de l'édition et de l'institutionnel.

Programme

1 - L'ICONOGRAPHIE DE PRESSE

Économie de la presse, économie de la photo. Image éditoriale, image d'illustration. Image en presse quotidienne et presse magazine. Relation texte / image.
Les impératifs de maquette.
Le circuit de l'image dans la rédaction.
Les intervenants sur l'image (SR, DA...).
Les sens de lecture et la lecture d'image.
Image et déontologie.

2 - L'ICONOGRAPHIE INSTITUTIONNELLE

Photothèques et patrimoine. Les relations avec les donneurs d'ordre.
Mener un projet de photothèque.

3 - L'ICONOGRAPHIE D'ÉDITION

Les bases dédiées. Illustrer un livre : contraintes techniques, financières et juridiques.

4 - TECHNIQUES NUMÉRIQUES

Formats. Résolution, définition. Traitement de l'image sous Photoshop. Les logiciels en ligne.

5 - GESTION DOCUMENTAIRE

Fonctions et techniques d'indexation. Métadonnées, IPTC, mots-clés et thésaurus.

6 - RECHERCHES ICONOGRAPHIQUES

Sources de données photographiques.
Préparer une recherche : méthodologie, compréhension de la demande.
Organiser sa recherche : éditing et catalogage.
Sources photographiques amateures.

7 - ICONOGRAPHIE ET EXPOSITION

Le rôle de l'iconographe.
Les prestations de création et de suivi.

8 - LES CONTRAINTES JURIDIQUES

Les droits d'auteur. Le droit des images. Les statuts des photographes et des iconographes. Les contrats. Les piges et les tarifs.

Méthode :
Ce module de 4 semaines permet aux stagiaires d'acquérir les techniques de recherche d'images, de vidéos et de sons. Il leur donne une méthode de travail pour analyser des photographies et gérer des flux d'images.

Tarif salarié :
4 770 euros HT
Financement individuel :
3 250 euros TTC

PL-ICOBAS

PRÉ-REQUIS 120 HEURES

Photo • 126 h

126 HEURES AU CENTRE (4 SEMAINES)

LA PRATIQUE DE L'ICONOGRAPHIE MULTIMÉDIA

DU 10 JUIN AU 3 JUILLET 2014.
STAGE PRATIQUE * DU 7 AU 25 JUILLET,

Objectif

Faire passer les stagiaires du statut/métier d'iconographe confirmé à celui d'éditeur et producteur de contenus multimédias interactifs.

Programme

1 - PRESSE ET IMAGES SUR LE WEB

Fonction et place de l'image sur le Web. Comportement de l'internaute et pratiques de lecture. Les nouveaux droits du Web.

2 - PASSER DU PRINT AU WEB : POURQUOI ET COMMENT ?

La presse en ligne : approche économique. Les stratégies des éditeurs. Icono Web : nouvelles fonctions.

3 - PROMOUVOIR UN PROJET WEB

Identifier la ligne éditoriale et iconographique.
Définir les objectifs et les indicateurs. Définir la typologie de production. Définir des coûts et des moyens. Rédiger et présenter le projet final.

4 - NOUVEAUX FORMATS, NOUVEAUX MODÈLES ÉCONOMIQUES

La narration multimédia : du cinéma au diaporama. Valeurs et rythme de plan visuel : regards, entrées, sortie. Panorama et économie des productions : réalisation multimédia, diaporama, webdocumentaire. Plates-formes de narration interactive (webdocumentaire). Modes de financement institutionnels et citoyens.

5 - LA GESTION TECHNIQUE DES IMAGES

Photoshop pour le Web
(formats d'export, résolution, poids et taille).
Identifier des images problématiques.
Les éditeurs en ligne.

6 - NOUVEAUX MÉDIAS, NOUVELLES SOURCES

Les sources spécialisées sonores et vidéo. Les droits d'exploitation son et vidéo. Le domaine public. Les problématiques des sources amateures.

7 - TRAITEMENT DES SOURCES MULTIMÉDIAS ET PRODUCTION

Scénariser les images pour le Web : diaporama, petite œuvre multimédia (POM). Ajouter de l'interactivité aux images. Gérer des timelines visuelles. La place du son et son traitement. Travaux pratiques. La place de la vidéo et son traitement. Travaux pratiques.
Montage de diaporama sonore niveau 1.
Montage photo, son et vidéo niveau 2 avec Final Cut Pro X.
Montage multimédia sur plate-forme de webdocumentaire.
Intégration Web (site ou blog).

Méthode :
Ce module de 4 semaines permet de se spécialiser dans l'édition de sujets multimédias sous différentes formes, du diaporama au webdocumentaire.

Tarif salarié :
4 770 euros HT
Financement individuel :
3 250 euros TTC

PL-ICMUL

PARCOURS 120 HEURES

** Le stage pratique est réservé aux personnes ayant suivi les deux modules Iconographie (pages 48 et 49).*

Édition et journalisme • 252 h

DEUX MODULES DE 126 HEURES, SOIT 252 HEURES AU CENTRE (8 SEMAINES)

CORRECTION ET RÉÉCRITURE

DU 12 MAI AU 6 JUIN 2014 ET DU 10 JUIN AU 3 JUILLET 2014
STAGE PRATIQUE * DU 7 AU 25 JUILLET.

Objectif

Ce parcours en deux modules permet d'acquérir des méthodes de relecture et de correction du texte écrit. Le premier permet d'élargir ses connaissances en matière de langue (orthographe, vocabulaire, grammaire, syntaxe) et de typographie, et d'être capable de vérifier les informations. Le second permet d'élargir le spectre d'intervention du correcteur et d'asseoir les compétences acquises dans le premier niveau par un entraînement sur des textes multiples, dans différents contextes, sur tous types de supports.

Programme

MODULE A. 1 - FRANÇAIS

Grammaire et difficultés (révision et perfectionnement).

2 - CODE TYPOGRAPHIQUE

Règles et usages dans la presse et l'édition.

3 - CORRECTION

De la préparation de copie à la correction en pages maquettées, jusqu'au bon à tirer. Les outils du correcteur (dictionnaires, encyclopédies, ouvrages spécialisés, Internet...).

4 - CORRECTION INFORMATISÉE

Intégration des corrections en traitement de texte et en pages montées. Apprentissage des logiciels InDesign et ProLexis et adaptation du texte à la page.

5 - CULTURE DU MÉTIER

Statuts, droit du travail.

MODULE B. 1 - CORRECTION

Travail sur tous types de textes en conditions réelles, à toutes les étapes du processus de production.

2 - RÉÉCRITURE ET STYLISTIQUE

Écriture sous contrainte, « à la manière de », adaptation du texte au support.

3 - INITIATION AU SECRÉTARIAT DE RÉDACTION

Rédiger des titres, des chapôs, des intertitres, des légendes ; couper ou rallonger le texte, l'adapter aux contraintes de la mise en pages. Vérifier et corriger l'éditing d'un texte.

4 - GESTION DES OUTILS NUMÉRIQUES

Correction et envoi en PDF. Création et utilisation de serveurs.

5 - CORRECTION SUR LE WEB

Les contraintes propres au numérique.

Méthode :
Ce stage, dont il est possible de suivre l'un ou l'autre des modules, s'adresse à toute personne ayant déjà une compétence en matière de langue, une pratique de l'écriture, de la lecture ou de l'interprétation du texte (rédacteurs, traducteurs, secrétaires de rédaction, éditeurs, enseignants...).
Le module B est réservé aux personnes ayant suivi le module A ou ayant acquis les compétences nécessaires.
La sélection se fait par tests et entretien.

Tarif salarié :
5 400 euros HT
Financement individuel :
3 220 euros TTC
PL- CORR

** Le stage pratique est réservé aux personnes ayant suivi les deux modules.*

MODULES COURTS

Pour élargir ses compétences et acquérir des outils

Nos métiers, leurs techniques, leurs pratiques, les outils requis pour les mettre en œuvre évoluent sans cesse. L'École des métiers de l'information vous propose plus de 70 stages professionnels [1] de courte durée (de 1 à 5 jours), axés notamment sur la compréhension et l'usage des nouveaux médias numériques.

(1) Sauf indication contraire (*), ils accueillent tous six personnes au maximum.

Contact pro 01 53 24 68 76

ÉCRIRE POUR LE WEB

Durée 3 jours

Sessions 2014
- Du 20 au 22 janvier
- Du19 au 21 mars
- Du 28 au 30 avril
- Du 9 au 11 juillet
- Du 22 au 24 septembre
- Du 3 au 5 décembre

Tarif salarié :
1 350 euros HT
Financement individuel :
1 010 euros TTC

PERF-ECWEB

Pour aller + loin

1. **Éditer pour le Web**
2. **Smartphones et tablettes outils de reportage**

• OBJECTIF

Savoir traiter et mettre en scène l'information multimédia pour le Web.

• PUBLIC

Journalistes travaillant pour la presse papier, pour la presse d'entreprise ou municipale, chargés de communication désirant acquérir une nouvelle technique ou souhaitant se perfectionner.

• PROGRAMME

Les principes de l'information sur le Web

L'immédiateté, la différence entre le flux et le stock, un processus d'actualisation permanent, la place de l'interactivité et de l'écriture multimédia.

Le texte sur le Web

La rédaction : écrire court, choisir un mode actif, donner du rythme aux phrases, raccourcir ses paragraphes. Les principaux modes de plan et leur usage : pyramide inversée, chronologie et antéchronologie, etc.

Le travail sur les liens.

L'édition

Titrer pour le Web et rédiger les éléments de titraille en tenant compte du référencement et des mots-clés. L'importance des balises. Les tags.

Penser son information pour le Web

Les fondamentaux de l'écriture multimédia Web : les différents médias utilisés sur le Web (texte, image, son, vidéo, infographie). Leurs avantages et leurs inconvénients.

Les mix-médias (texte + son, image + son, etc.), principes, avantages et inconvénients des différentes combinaisons.

Le travail des angles.

Les principes de scénarisation.

L'interactivité et ses outils (quiz, chat, forum…).

Exercices pratiques.

COUVRIR UN ÉVÉNEMENT EN LIVE

Durée 1 jour

Sessions 2014
- 13 janvier
- 17 avril
- 31 octobre

Tarif salarié :
490 euros HT
Financement individuel :
340 euros TTC

PERF-JLIVE

Pour aller + loin

1. **Prendre, monter et éditer du son pour le Web**
2. **Twitter pour les journalistes**

• OBJECTIF

Apprendre à agréger les informations multimédias des journalistes d'une rédaction et celles qui proviennent d'autres sources (Twitter, agences de presse, etc.).

• PUBLIC

Rédacteurs en chef, chefs de rubrique, journalistes rédacteurs et secrétaires de rédaction, éditeurs, chargés de communication.

• PROGRAMME

Analyse d'exemples récents

Découverte et apprentissage des différents outils de live : Live Blogging, CoveritLive, ScribbleLive, G-Snap et Worfaire.

L'organisation de la couverture d'un événement

Le choix de l'événement.

L'installation et l'utilisation de la console de live. Ses fonctionnalités.

La préparation du live.

Les sources, comptes et hashtags Twitter à suivre.

Le choix des images et des vidéos.

Les liens.

Le live, une publication en flux

L'utilisation d'un smartphone pour une couverture live. Le rythme à adopter. La gestion des temps morts.

La construction des repères pour l'internaute.

Quand ouvrir et quand fermer un live ? Comment éditer un live ?

La gestion des commentaires

La sélection des commentaires, le timing de publication. Comment répondre ?

La gestion des trolls.

Quelles suites pour un live ?

Les outils de curation (Storify…).

Exercices pratiques.

SMARTPHONES ET TABLETTES, OUTILS DE REPORTAGE

• OBJECTIF

Permettre à un journaliste d'utiliser toutes les possibilités qu'offre un smartphone ou une tablette, qu'il travaille en solo ou en rédaction.

• PUBLIC

Rédacteurs en chef, chefs de rubrique, journalistes rédacteurs et secrétaires de rédaction, éditeurs.
Prérequis : posséder un smartphone et une tablette.

• PROGRAMME

Le stage présente les avantages, possibilités, limites et contraintes comparés des iPhone et des iPad.

Les outils

Les applications indispensables : son, photo, vidéo, outils de direct, réseaux sociaux, géolocalisation.
Les accessoires utiles pour l'écriture son, photo, vidéo. La batterie, l'éclairage, le pied.
Les applications cloud nécessaires pour son smartphone et sa tablette.

Le reportage multimédia

Rédiger avec son smartphone.
Prendre du son.
Les photos, les possibilités et les contraintes.
Les vidéos, les règles pour obtenir une vidéo diffusable.

Le montage

Les outils pour monter des sons et des vidéos.

Le direct

Le live tweeting en solo ou en réseau.
Le direct en vidéo : plateau, interview.

Exercices pratiques.

Durée 1 jour

Sessions 2014

- 13 janvier
- 6 mai
- Date à préciser en juin
- 14 octobre

Tarif salarié :
490 euros HT
Financement individuel :
340 euros TTC

PERF-MOBI1

Pour aller + loin

1. **Twitter pour les journalistes**
2. **Le journalisme de curation**

TWITTER POUR LES JOURNALISTES

• OBJECTIF

Avoir une utilisation journalistique de Twitter, tant en termes de veille et de ressources que de diffusion d'information et de notoriété.

• PUBLIC

Rédacteurs en chef, chefs de rubrique, journalistes rédacteurs et secrétaires de rédaction, éditeurs.

• PROGRAMME

Les fondamentaux

L'utilité de Twitter pour un journaliste : outil de veille et de personal branding.
La création d'un compte Twitter : le choix d'un nom, la personnalisation et les réglages du compte.
Les premiers pas : comment trouver des comptes à suivre.
Les spécificités de l'écriture du tweet.
L'alimentation de sa timeline.

Les outils indispensables

Les raccourcisseurs d'URL : principes et avantages.
Photos et vidéos sur Twitter : les outils indispensables.
Les outils de recherche avancée sur Twitter : Twitter Search, Topsy, etc.
Les outils associés à Twitter : Klout, ClockTweets, etc.

Twitter avancé

Le live tweeting.
Comment gagner des followers.
Un journaliste peut-il tout dire sur sa timeline ? Les règles et les usages, les chartes.

Durée 1 jour

Sessions 2014

- 8 janvier
- 31 mars
- 17 octobre

Tarif salarié :
490 euros HT
Financement individuel :
340 euros TTC

PERF-TWITT

Pour aller + loin

1. **Organiser sa veille sur le Web**
2. **La pratique du community management**

CONCEVOIR, RÉDIGER ET ANIMER SON BLOG

Durée 2 jours

Sessions 2014

- 27 et 28 janvier
- 5 et 6 mai
- 3 et 4 juillet
- 3 et 4 novembre

Tarif salarié :
980 euros HT
Financement individuel :
680 euros TTC

PERF-RBLOG

Pour aller + loin

1. **Réaliser de la vidéo pour le Web**
2. **Monter et éditer du son pour le Web**
3. **Améliorer ses titres pour le Web**

• OBJECTIF

Savoir créer et mettre en œuvre un blog, le faire vivre et lui assurer un bon référencement.

• PUBLIC

Journalistes, graphistes, photographes, responsables de communication et toute personne désirant créer et animer un blog.

• PROGRAMME

Le blog et la blogosphère

Panorama de la blogosphère.
Les différents types de blogs : isolés, hébergés et intégrés à un site. Rôles et fonctions. Définir le positionnement.

Organiser son blog

Les principes des CMS (Content Management System).
Avantages et inconvénients des plates-formes : « propriétaires » (Blogger, OverBlog, TypePad, Tumblr, Posterous, WordPress…) ou « hébergées » (WordPress, Dotclear…).
Les thèmes visuels ou apparences. Le choix du colonnage. Les plugins à installer.

Alimenter son blog

Les différents éléments à alimenter : billets, pages, blogroll, etc. Le rythme des publications selon les éléments, les contraintes d'actualisation. Les techniques rédactionnelles spécifiques. Savoir trouver un ton.
L'écriture multimédia : intégrer une image, un son, une vidéo, une vidéographie, un diaporama. Les liens : l'importance du blogroll et de son actualisation.

Gérer les contributeurs

Le travail en solo ou avec d'autres contributeurs. La gestion de sa communauté. Connaître et faire connaître. Associer les réseaux sociaux au blog : Twitter, Facebook, etc.

Cadre juridique et éthique

État de la législation. Le respect du droit d'auteur, du copyright et des licences Creative Commons.

LE JOURNALISME DE CURATION

Durée 1 jour

Sessions 2014

- 7 mai
- 14 novembre

Tarif salarié :
490 euros HT
Financement individuel :
340 euros TTC

PERF-CURA

Pour aller + loin

1. **Twitter pour les journalistes**
2. **Organiser sa veille sur le Web**

• OBJECTIF

Savoir organiser sa veille comme sa documentation en mode partagé avec des outils de curation.
Rédiger des contenus multimédias avec Storify.

• PUBLIC

Rédacteurs en chef, chefs d'édition et de rubrique, journalistes rédacteurs et secrétaires de rédaction, photojournalistes, responsables de communication.

• PROGRAMME

Curation de contenus

Présentation des différents outils : Pearltrees, Scoop.it, Pinterest, etc.
Le choix des informations. L'organisation de sa curation, une documentation en constante évolution.
La personnalisation de la présentation de sa curation.
L'apprentissage du travail en réseau : trouver d'autres curateurs, savoir partager.
Comment intégrer sa veille dans d'autres outils de publication : sites, blogs.

Rédiger des contenus avec Storify

Présentation de l'outil Storify et de son interface.
Les moteurs de recherche intégrés : principes, mode de fonctionnement, limites et contraintes.
L'écriture multimédia avec Storify : la collecte des éléments, l'écriture, l'importance du visuel. Savoir articuler les contenus.
L'édition d'un Storify.
La publication et l'articulation avec les réseaux sociaux.
Intégrer son Storify dans un site ou un blog.

RÉALISER UN SUJET MULTIMÉDIA

• OBJECTIF

Connaître les possibilités offertes par les médias utilisables sur le Web, construire un sujet cohérent en mix-média, gérer l'interactivité.

• PUBLIC

Journalistes, chefs de rubrique, rédacteurs en chef, responsables de communication.

• PROGRAMME

Les fondamentaux

Les briques de l'information multimédia : texte, son, photo, diaporama, dessin (statique et animé), vidéo, infographie.
Les principes de non-redondance entre médias.
Les différentes combinaisons possibles : texte + son, diaporama + son, etc. Intérêts, avantages et inconvénients.
Qu'est-ce que le média pivot ? Son importance, ses caractéristiques.
Les critères de choix du média pivot.
Les parcours de lecture : information linéaire ou non linéaire.
L'interactivité. Les points de passage obligés. Penser en amont la participation des internautes.
Intégrer ses éléments multimédias dans un éditeur ad hoc.

La réalisation d'un sujet multimédia

Construire sa narration et la scénariser.
Choisir ses médias et travailler ses angles.
Réaliser le montage de son récit.
Éditer son récit, le finaliser et l'éditer.

Durée 3 jours

Sessions 2014

- Du 5 au 7 mars
- Du 4 au 6 juin
- Du 8 au 10 octobre

Tarif salarié :
1 350 euros HT
Financement individuel :
1 010 euros TTC

PERF-REMUL

Pour aller + loin

1. **Écrire pour le Web**
2. **Réaliser un diaporama sonore et photographique**
3. **Réaliser de la vidéo pour le Web**

PRENDRE, MONTER ET ÉDITER DU SON POUR LE WEB

• OBJECTIF

Connaître les techniques radio de traitement du son pour les exploiter sur le Web.

• PUBLIC

Journalistes rédacteurs et secrétaires de rédaction de la presse print ou Web, chargés de communication.

• PROGRAMME

L'information sur le Web

Les différents médias disponibles sur le Web. La place du son. Ses inconvénients et avantages dans le dispositif médiatique.

Le son sur le Web

Les différentes utilisations du son sur le Web : pastilles, encadré, ambiance, complément d'information, podcast.

Les fondamentaux de l'écriture radio

Les modes de construction. Le choix de l'accroche, la chute. La simplicité des phrases, du vocabulaire, l'emploi des figures de style, des citations.

Les spécificités de l'interview radio

Poser des questions courtes ; choisir des questions ouvertes…
Savoir prendre le son : l'emploi d'un magnétophone numérique, l'insert téléphonique.
Les formats de compression.

Le reportage radio

Le travail de terrain, les sons d'ambiance, les pièges à éviter.

Le montage numérique

Apprentissage d'un logiciel de montage numérique (Hindenburg).
L'habillage du son : identifiant, tapis sonore, virgule, jingle, etc.

Le son numérique

Le transfert de son. Sa qualité, son intégration et sa diffusion.

Durée 2 jours

Sessions 2014

- 6 et 7 février
- 6 et 10 juin (*)
- 4 et 5 septembre

Tarif salarié :
900 euros HT
Financement individuel :
680 euros TTC

PERF-WBSON

Pour aller + loin

1. **Le son avec Hindenburg**
2. **Éditer et réaliser un diaporama**
3. **iPhone et iPad outils de reportage**

RÉALISER UN DIAPORAMA SONORE ET PHOTOGRAPHIQUE

Durée 3 jours

Sessions 2014

- Du 24 au 26 février
- Du 11 au 13 juin
- Du 3 au 5 novembre

Tarif salarié :
1 350 euros HT
Financement individuel :
1 010 euros TTC

PERF-DIAPO

Pour aller + loin

❶ **Prendre, monter et éditer du son pour le Web**
❷ **Le son avec Hindenburg**

• **OBJECTIF**

Acquérir les compétences de narration journalistique visuelle et connaître les outils techniques de montage photographique et sonore. Savoir organiser un éditing, choisir et récupérer des sons, trouver un angle narratif, faire des transitions fluides.

• **PUBLIC**

Journalistes, rédacteurs, photographes, iconographes.

• **PROGRAMME**

Culture de la narration visuelle

La narration visuelle : rythme et méthode. Les valeurs de plan (entrée, sortie, direction des regards). Le style des légendes. Trouver la bonne longueur.

Culture sonore

La fonction sonore sur les images. Les sources sonores. La création sonore. Éditer du son.

Culture technique

Les outils de diaporamas. La gestion technique de l'image avec un éditeur d'images. Le rôle des métadonnées, IPTC et EXIF.

Narration

Définir son angle et son propos. Diaporama informatif et diaporama esthétique. Organiser son éditing et rédiger ses légendes et titres. Importer ses images et ses sons.

Exercices pratiques

Réalisation de diaporamas. Exportation sur site Web. Analyse des travaux.

RÉALISER UN DIAPORAMA AVEC FINAL CUT

Durée 5 jours

Sessions 2014

- Du 10 au 14 mars
- Du 6 au 10 octobre

Tarif salarié :
2 250 euros HT
Financement individuel :
1 680 euros TTC

PERF-DIAPO2

Pour aller + loin

❶ **Prendre, monter et éditer du son pour le Web**
❷ **Final Cut Pro X**

• **OBJECTIF**

Les diaporamas ne sont plus des simples successions d'images. L'intervention du son et de la vidéo impose aux éditeurs de maîtriser un logiciel aux capacités de montage photo, son et vidéo étendues. Les stagiaires découvriront une autre dimension du diaporama avec des narrations sonores et visuelles plus abouties et plus fluides où sens et esthétique sont complémentaires.

• **PUBLIC**

Journalistes, rédacteurs, photographes, iconographes.

• **PROGRAMME**

Culture de la narration visuelle

La narration visuelle : rythme et méthode. Les valeurs de plan (entrée, sortie, direction des regards). Les transitions images et sons. Les contraintes juridiques.

Culture sonore

Les rapports du son avec l'image. Les formats de son. Éditer du son.

Gestion technique

La gestion technique de l'image avec Photoshop. Le rôle des métadonnées, IPTC et EXIF.
L'interface de Final Cut : Final Cut et l'image ; Final Cut et le son ; Final Cut et l'image animée : les images-clés ; le compositing pour les textes, titres et génériques. Les fonctions d'exportation. Exporter et diffuser son projet

Éditing

Définir son angle et son propos. Diaporama informatif, diaporama esthétique. Organiser son éditing. Rédiger ses textes, légendes, titraille. Exporter ses images et ses sons.

Exercices pratiques

Réalisation de diaporamas et analyse des travaux.

LES BASES DU DATA JOURNALISME

• OBJECTIF

Savoir trouver des données. Les sélectionner et les organiser en utilisant un tableur et des outils en ligne. Savoir construire une infographie simple et interactive.

• PUBLIC

Rédacteurs en chef, chefs de rubrique, journalistes rédacteurs et secrétaires de rédaction, chargés de communication, graphistes.

• PROGRAMME

Les données et leur exploitation

Définition de la donnée. Les bases de données ressources. Le scraping des données et leur mode d'extraction. Présentation des outils d'organisation : tableurs Excel, Google Docs, outils de cartographie en ligne, outils de timeline. Organiser (tableaux, variables, formules…), vérifier et homogénéiser la qualité des données. Croiser les données et leur donner du sens.

La visualisation

Les repères graphiques (codes couleur, échelles). Les conventions graphiques de représentation. Les différents types de représentation graphique (secteurs, barres, histogrammes, aires, nuages de points, tendances…). Le choix du type de représentation graphique. Savoir éviter les biais et les erreurs de représentation.

La cartographie

Les outils en ligne : possibilités et limites. Les principes d'organisation d'une cartographie. Ses niveaux de lecture et sa scénarisation. L'enrichissement multimédia d'une cartographie. Comment faire évoluer ses cartes.

La timeline

Les outils en ligne : possibilités et limites. Les principes d'organisation d'une timeline. Ses niveaux de lecture et sa scénarisation. L'enrichissement multimédia d'une timeline. Comment faire évoluer ses timelines.

Exercices pratiques.

Durée 4 jours

Sessions 2014

- Du 4 au 7 février
- Du 19 au 22 mai
- Du 7 au 10 juillet
- Du 17 au 20 novembre

Tarif salarié :
1 800 euros HT

Financement individuel :
1 350 euros TTC

PERF-JRDON

Pour aller + loin

1. **Titrer pour le Web**
2. **Typographie, découverte et maîtrise**
3. **Organiser sa veille sur le Web**

JOURNALISME NUMÉRIQUE

• PROGRAMME

Écrire pour le Web (3 jours)
Voir p. 52

Les réseaux sociaux, outils de veille, de diffusion et de e-réputation (2 jours)
Voir : Création et animation d'une page Facebook, p. 69
Twitter pour les journalistes, p. 53

Couvrir un événement en live (1 jour)
Voir p. 52

HTLM5 et CSS3 : les principes du code pour les journalistes (3 jours)
Voir p. 82

Prendre, monter et éditer du son pour le Web (2 jours)
Voir p. 55

Réaliser un diaporama sonore et photographique (3 jours)
Voir p. 56

Réaliser de la vidéo pour le Web (5 jours)
Voir p. 75

Smartphone et tablette, outils de reportage (1 jour)
Voir p. 5

Durée 20 jours

• OBJECTIF

En fonction de vos besoins et de votre parcours professionnel, vous pouvez réaliser en alternance tout ou partie des modules qui vous permettront d'acquérir la palette des compétences du journaliste multisupport.

• PUBLIC

Journalistes, chefs de rubrique, rédacteurs en chef, chargés de communication.

ORGANISER ET ANIMER LA RÉDACTION D'UN SITE WEB

Durée 1 j x 4 sem.

Sessions 2014

- 23 et 30 janvier, 6 et 13 février
- 20 et 27 mai, 3 et 10 juin
- 2, 9, 16 et 23 octobre

Tarif salarié :
1 800 euros HT
Financement individuel :
1 350 euros TTC

PERF-GRWEB

Pour aller + loin

1. Articuler sa communication sur différents supports
2. La pratique du community management
3. Twitter pour les journalistes

• OBJECTIF

Acquérir la culture générale et les langages techniques du Web pour dialoguer avec différents interlocuteurs (informaticiens, graphistes, commerciaux). Apprendre à gérer un site, de la rédaction du cahier des charges à l'animation des équipes multimédias. Connaître les aspects économiques et légaux de la presse en ligne.

• PUBLIC

Rédacteurs en chef, chefs de service, journalistes confirmés, responsables de service de communication d'entreprise ou de collectivité locale et éditeurs amenés à piloter un site Web.

• PROGRAMME

Les fondamentaux

Un média de flux et de stock : mise à jour, réactualisation, conception de l'information. La notion de portail. L'info servicielle. Le rôle des liens. Créer et gérer une communauté, la modération. Forums, blogs, RSS, widgets, wikis, newsletters.

Parler le Web

Les langages de base : HTML, PHP, XML. Scripts et bases de données. Comment se fabrique un site. Dreamweaver et les systèmes de gestion de contenus (SPIP, Drupal, Joomla !). Architecture, gabarits, plugins. Écrire un cahier des charges.

Le bimédia et le multimédia

Écriture et édition. Le son, la vidéo, la photo, l'infographie. Organisation de la rédaction. L'articulation papier-Web. La question de l'appropriation du site.

Modèle économique et droit du Net

Gratuit, payant. La publicité sur Internet. Le référencement. L'audience. Marketing et partenariat. Droit d'Internet, état des lieux et pratiques. Les logiciels libres. La licence Creative Commons.

ORGANISER SA VEILLE SUR LE WEB

Durée 1 jour

Sessions 2014

- 31 janvier
- 29 avril
- 24 novembre

Tarif salarié :
490 euros HT
Financement individuel :
340 euros TTC

PERF-VEILLE

Pour aller + loin

1. Twitter pour les journalistes
2. Le journalisme de curation

• OBJECTIF

Savoir organiser sa veille avec des agrégateurs de flux RSS et différents réseaux sociaux : Facebook, Twitter, LinkedIn, Viadeo, etc. Connaître l'utilisation des agrégateurs pour smartphones et tablettes (Flipboard, Zite, News360, etc.) et celle des outils en ligne de stockage pour sa documentation (Evernote, Dropbox, Instapaper, etc.).

• PUBLIC

Rédacteurs en chef, chefs d'édition et de rubrique, journalistes rédacteurs et secrétaires de rédaction, photojournalistes, responsables de communication.

• PROGRAMME

Les outils de veille et leur utilisation

Les flux RSS : description, principes, mode d'abonnement. Savoir les trouver.
Les principaux agrégateurs : comparatif, avantages et contraintes. Organiser son agrégateur.

Les outils de documentation en ligne

Présentation des différents outils : avantages et inconvénients.
Organiser sa documentation multimédia. Les informations à conserver.
Les outils de stockage spécialisés : SoundCloud, YouTube, etc.

La veille avec les smartphones et les tablettes

Présentation des différents outils : avantages, possibilités, réglages.
Les ponts entre les différents devices : ordinateurs, smartphones et tablettes. Possibilités, avantages et limites.

LA PRATIQUE DU COMMUNITY MANAGEMENT

• OBJECTIF

Apprendre à élaborer une stratégie collaborative autour d'un projet. Savoir créer et animer la « conversation » sur un site d'information à travers l'ensemble des outils disponibles. Gérer les contributions et l'engagement des internautes sur les réseaux sociaux.

• PUBLIC

Journalistes, chargés de communication, responsables marketing, webmasters éditoriaux.
Prérequis : une solide pratique et une bonne culture d'Internet.

• PROGRAMME

La culture communautaire

Le Web 2.0, la notion de communauté. L'internaute, une richesse à mettre en valeur. La charte de contribution.

Les modes de conversation

Les outils internes : témoignages, commentaires, systèmes de notation, forums, chats, sondages, quiz, jeux, concours, etc. Comment élargir le cercle des contributeurs ?
Les réseaux sociaux : élargir le cercle de ses likers et followers. Mesurer et améliorer leur taux d'engagement.

Alimenter et tenir la conversation

La gestion des commentaires. Savoir répondre et relancer, clore une discussion, directe ou différée. Identifier les internautes, contributeurs, acteurs, leaders… Assurer une articulation idéale entre la communauté et la rédaction.

Éthique et déontologie de la conversation

Législation et protection des données personnelles.

Durée 2 jours

Sessions 2014

- 14 et 15 janvier
- 20 et 23 juin (*)
- 22 et 23 juillet
- 20 et 21 octobre

Tarif salarié :
980 euros HT
Financement individuel :
680 euros TTC

PERF-CMANA

Pour aller + loin

1. **Twitter pour les journalistes**
2. **Le journalisme de curation**

ARTICULER SA COMMUNICATION SUR DIFFÉRENTS SUPPORTS

• OBJECTIF

Textes, images, sons, vidéos : l'information est d'abord diffusée en numérique, que ce soit sur les réseaux sociaux, le Web, les mobiles, les tablettes, par lettres électroniques… La duplication n'est pas un procédé satisfaisant, car chaque support nécessite une édition appropriée du contenu. Concevoir et suivre l'articulation de l'ensemble des supports permet d'assurer une communication efficace.

• PUBLIC

Responsables de communication (entreprises, collectivités territoriales, structures de l'ESS), rédacteurs en chef, responsables marketing, webmasters éditoriaux.

• PROGRAMME

Observation critique de cas (presse, communication)

Analyse éditoriale et fonctionnelle des différents supports. Brochure, magazine, plaquette, site Web, newsletter, réseau social, borne, application mobile…
Démarche d'analyse des contenus de chaque support pour mutualiser les productions. Analyse de situations pour assurer une perception cohérente du public.

Travaux pratiques

Élaboration d'un plan de publication plurimédia.

Durée 3 jours

Sessions 2014

- Du 12 au 14 mai (*)
- Du16 au 18 juillet
- Du 12 au 14 novembre

Tarif salarié :
1 350 euros HT
Financement individuel :
1 010 euros TTC

PERF-COMNU

Pour aller + loin

1. **Éditer pour le Web**
2. **Concevoir l'information pour l'iPad**
3. **Création et animation d'une page Facebook**

ÉCRIRE POUR ÊTRE LU (NIVEAU I)

Durée 4 jours

Sessions 2014

- Du14 au 17 janvier
- Du 10 au 13 mars
- Du 23 au 28 mai (*)
- Du 24 au 27 juin
- Du 16 au 19 septembre
- Du 25 au 28 novembre

Tarif salarié :
1 800 euros HT

Financement individuel :
1 350 euros TTC

PERF-EPEL

Pour aller + loin

1. **Écrire pour être lu (perfectionnement)**
2. **Savoir mener une interview**

• OBJECTIF

Acquérir les techniques rédactionnelles de base du journalisme. Améliorer la qualité de ses écrits tant sur le fond (qualité des informations et des sources) que sur la forme (rédaction, construction, style…).

• PUBLIC

Ce cycle de formation s'adresse à des journalistes rédacteurs et secrétaires de rédaction, chargés de communication, assistants de direction ou étudiants qui souhaitent apprendre les règles de base de l'écriture journalistique.

• PROGRAMME

Les fondamentaux

L'information ; l'importance du média et du lectorat dans les choix rédactionnels ; la documentation ; les sources et leur vérification ; les niveaux de lecture ; le vocabulaire de presse.

Présentation des genres journalistiques : le compte rendu, l'interview, le reportage, le portrait, l'enquête.

Information et communication

Les règles et les différences fondamentales entre information et communication.

La rédaction de l'article

Les principes de l'écriture journalistique : le style, l'angle, le plan, le message essentiel.

Le travail de desk : la brève, le filet, la synthèse, la mouture. Travaux pratiques : l'écriture, la relecture, la correction, la réécriture.

L'interview

Les principes de base de la conduite de l'entretien. La prise de notes. La rédaction de l'interview sous forme de questions/réponses.

Le reportage

Principes de base du reportage. La rédaction du reportage.

Fondamentaux du secrétariat de rédaction

Les bases d'un bon titre, d'un bon chapô et d'une bonne légende.

Exercices pratiques.

ÉCRIRE POUR ÊTRE LU (PERFECTIONNEMENT)

Durée 3 jours

Sessions 2014

- Du 26 au 28 mars
- Du 9 au 11 juillet
- Du 10 au 12 décembre

Tarif salarié :
1 350 euros HT

Financement individuel :
1 010 euros TTC

PERF-EPEL2

Pour aller + loin

1. **Écrire pour le Web**
2. **Écrire pour la presse magazine**

• OBJECTIF

Approfondir les techniques rédactionnelles du journalisme. Acquérir une plus grande fiabilité.

• PUBLIC

Journalistes rédacteurs et secrétaires de rédaction, chargés de communication, personnes ayant suivi le stage « Écrire pour être lu niveau I ».

• PROGRAMME

Rappel des fondamentaux

L'information, les sources et leur crédibilité, les niveaux de lecture.

Les principes de base de l'écriture journalistique et ses genres (brève, filet, synthèse, interview, reportage, portrait, enquête).

Le travail de desk

Le travail à partir de sources écrites (dépêches d'agence, communiqués et dossiers de presse, rapports, etc.).

Apprendre à travailler vite.

Les modes de construction des articles longs.

L'interview

Documentation. Préparation des questions. Comment réussir la conduite de l'entretien. Les bases de l'écriture d'une interview.

Le reportage

Préparation, usage de la documentation. Le travail de terrain, choix de l'angle, bases de l'écriture du reportage.

Le secrétariat de rédaction

La titraille : titres, chapôs, intertitres, accroches, légendes.

Travail sur l'article (réécriture, encadrés, etc.) et sur ses éléments-clés (l'attaque, la chute, les relances, le style).

Exercices pratiques

Réalisation d'une interview, d'un reportage.

STYLISTIQUE

• OBJECTIF

Mettre la langue et le style au service des idées, du récit, du discours, quel qu'en soit le genre (poétique, journalistique, littéraire, argumentatif).

• PUBLIC

Journalistes rédacteurs et secrétaires de rédaction, chargés de communication, attachés de presse.

• PROGRAMME

Jouer avec les mots

Les mots, leurs sons, leurs rythmes. Choisir le mot juste. Les principales figures de style.

Mettre en perspective

Qui décrit, qui raconte, qui explique et de quel point de vue. Les implications stylistiques de tels choix.

Narration, description

Les principaux choix stylistiques propres à la narration et à la description. Le rythme des phrases, le choix des mots, le temps des verbes. Accélérer ou ralentir une action. Montrer ou expliquer. Transformer les idées en faits.

Dire ou faire dire

Choisir ou alterner les styles directs, indirects, indirects libres. Citer ou faire parler. Petite initiation à la dialectique.

Argumenter

Petite initiation à la rhétorique. Organiser son argumentation, mettre en valeur ses idées.

Méthode

La théorie est illustrée par la lecture critique d'exemples et mise en pratique par la production individuelle d'écrits.

Exercices pratiques.

Durée 4 jours

Sessions 2014

- Du 6 au 9 janvier
- Du 22 au 25 avril
- Du 2 au 5 septembre

Tarif salarié :
1 500 euros HT

Financement individuel :
1 350 euros TTC

PERF-BSTY

Pour aller + loin

1. **Améliorer sa titraille**
2. **Méthodes de correction**

ÉCRIRE COURT ET DENSE

• OBJECTIF

Maîtriser les techniques qui permettent de rendre les articles plus denses en information tout en conservant un style vivant.

• PUBLIC

Journalistes rédacteurs et secrétaires de rédaction, chargés de communication, attachés de presse.

• PROGRAMME

Rappel des fondamentaux

L'information et sa fiabilité, les sources, les niveaux de lecture, les principes de base de l'écriture journalistique, les genres (brève, filet, synthèse, interview, etc.).

Le travail de desk

Le travail à partir de sources écrites (dépêches d'agence, communiqués et dossiers de presse, rapports, etc.). Trier et hiérarchiser l'information. Différencier l'information de la communication.

Construire son texte

Le choix des informations, l'élaboration du plan, le choix de l'angle, le message essentiel.

La rédaction du texte

Raccourcir ses phrases, travailler leur enchaînement, l'usage des « connecteurs », le respect de la ponctuation. Le style, le rythme du texte.
L'usage des paragraphes. Les points-clés du texte : l'attaque, la chute, les relances.

Comment retravailler un texte

Couper un texte (supprimer les redondances, synthétiser, etc.).

Exercices pratiques

À partir des textes des stagiaires : écriture, réécriture, rédaction d'une même information en plusieurs formats.

Durée 2 jours

Session 2014

- 3 et 4 mars
- 30 septembre et 1er octobre

Tarif salarié :
900 euros HT

Financement individuel :
680 euros TTC

PERF-ECED

Pour aller + loin

1. **Stylistique**
2. **Améliorer sa titraille**

LES PRINCIPES DE LA RÉÉCRITURE

Durée 3 jours

Sessions 2014

- Du 14 au 16 avril
- DU 16 au 18 juillet
- Du 8 au 10 décembre

Tarif salarié :
1 350 euros HT
Financement individuel :
1 010 euros TTC

PERF-RECRI

Pour aller + loin

1. **Méthodes de correction**
2. **Stylistique**
3. **Améliorer sa titraille**

• **OBJECTIF**

Améliorer un texte, développer la précision de sa pensée et de son vocabulaire.

• **PUBLIC**

Éditeurs, assistants d'édition, journalistes secrétaires de rédaction et rédacteurs, correcteurs.

• **PROGRAMME**

Les principes de la rédaction

Une écriture resserrée, un style vif : alléger, couper, compléter un texte, créer des encadrés.

Le choix du mot juste

Faire la chasse aux barbarismes, néologismes, pléonasmes, anglicismes, paronymes, expressions figées, synonymes incongrus, écarts de niveaux de langue.

L'amélioration de la syntaxe

Solécismes, anacoluthes, zeugmes, phrases à tiroirs, phrases falaises, difficultés liées à l'emploi des prépositions.

Les variations de la structure des phrases

Les différents types de phrases. Mise en relief des éléments, inversion.

La chasse aux lourdeurs énonciatives

Procédé de la soustraction, surenchère verbale, commentaires inutiles, cacophonie, incongruité visuelle, circonlocutions.

LE SYNOPSIS POUR MIEUX VENDRE SON SUJET

Durée 1 jour

Sessions 2014

- 21 mars
- 21 juillet
- 7 octobre
- 19 décembre

Tarif salarié :
450 euros HT
Financement individuel :
340 euros TTC

PERF-SYNOP

Pour aller + loin

1. **Savoir mener une interview**
2. **Création et animation d'une page Facebook**

• **OBJECTIF**

Apprendre à rédiger un synopsis pour proposer et vendre des sujets, des articles, des contenus multimédias ou des projets rédactionnels.

• **PUBLIC**

Journalistes rédacteurs, photojournalistes, éditeurs, vidéastes.

• **PROGRAMME**

Le synopsis

Un outil dans un processus de communication et de vente. Un moyen de formaliser un sujet.

Les préalables

L'importance de la préenquête. L'étude du marché : journaux, sites, rubriques. L'analyse de l'existant. L'importance du benchmarking. À qui présenter le synopsis ?

La rédaction

Un texte de communication : ses principes et les règles pour le concevoir. Son contenu et les informations à valoriser. Sa réalisation : style, construction. L'importance du titre.

La présentation

Les éléments indispensables. Les règles typographiques à observer. Les visuels à intégrer.

SAVOIR MENER UNE INTERVIEW

• OBJECTIF

Apprendre la méthodologie et les techniques de l'interview journalistique.

• PUBLIC

Journalistes rédacteurs et secrétaires de rédaction, pigistes, chargés de communication, étudiants.

• PROGRAMME

Les différents modes d'interview

Entretien en face à face, par téléphone, par e-mail, par chat, par Skype, etc. Usages et fiabilité.

La préparation de l'interview

Le choix de l'interlocuteur, la documentation, la préparation des questions, le choix de l'angle, la prise de rendez-vous, le choix du lieu de rendez-vous. Bloc-notes et/ou enregistreur ?

La conduite de l'interview

Les règles de courtoisie. La conduite d'un entretien : écouter, relancer, interrompre, conclure. Les pièges à éviter. La prise de notes. Du bon usage de l'enregistreur.

La rédaction de l'interview

Le passage de l'oral à l'écrit : un travail de précision. Savoir respecter le mode d'expression de l'interviewé et le sens de ses propos. L'importance des questions, la mise en forme définitive du texte, les différentes formes de rédaction, l'importance du plan. Faut-il accepter de se faire relire ? La déontologie de l'interview.

Éditer une interview

La rédaction du titre, du chapô, les informations complémentaires.

Durée 2 jours

Sessions 2014

- 9 et 10 janvier
- 10 et 11 juin
- 4 et 5 septembre

Tarif salarié :
900 euros HT
Financement individuel :
680 euros TTC

PERF-ITVJOU

Pour aller + loin

1. **Écrire pour la presse magazine**
2. **Réaliser une interview en vidéo**

ÉCRIRE POUR LA PRESSE MAGAZINE

• OBJECTIF

Approfondir les techniques rédactionnelles du journalisme. Être plus percutant. Savoir varier son style et l'adapter aux différents types de magazines.

• PUBLIC

Journalistes rédacteurs et secrétaires de rédaction, chargés de communication, personnes ayant suivi le stage « Écrire pour être lu niveau I ».

• PROGRAMME

L'article magazine : apprendre de l'Histoire

Naissance liée à une nouvelle forme de presse (*Time,* les magazines féminins, etc.) ; le nouveau journalisme américain des années 1960-1970.

Les principes de l'article magazine

L'angle spécifique. L'article récit. La place et l'importance de l'humain. L'utilisation du « détail significatif ». L'usage des citations, etc. Les points-clés : l'attaque, la chute, les relances. Savoir varier ses plans : la pyramide inversée, la « poupée », la chronologie, le « cercle », la tresse, etc.

Le rôle et l'utilité des encadrés. La place de l'infographie. L'utilisation des données.

Le style

Les variations possibles pour donner du rythme à son texte. L'importance des relances.

Durée 3 jours

Sessions 2014

- Du 24 au 26 février
- Du 10 au 12 septembre

Tarif salarié :
1 350 euros HT
Financement individuel :
1 010 euros TTC

PERF-ECMAG

Pour aller + loin

1. **Améliorer sa titraille**
2. **Stylistique**

OSER ÉCRIRE : LA FIN DES BLOCAGES

Durée 4 jours

Sessions 2014

- Du 20 au 23 janvier
- Du 30 juin au 3 juillet
- Du 18 au 21 novembre

Tarif salarié :
1 960 euros HT
Financement individuel :
1 350 euros TTC

PERF-OSEREC

Pour aller + loin

❶ Les cinq sens du reportage

• OBJECTIF

Dévalorisation, angoisse, mauvais souvenirs scolaires… autant de causes qui mènent à la non-réalisation de son désir d'écrire. Le stage est fondé sur des exercices pratiques et de relaxation. La dynamique déployée est celle d'un groupe de parole, sans jugement et avec bienveillance.

• PUBLIC

Journalistes, pigistes, chargés de communication.

• PROGRAMME

Jour 1

Chaque stagiaire expose sa relation à l'écriture. Projection d'un extrait de film : prise de notes, restitution brève à l'oral enregistré, passage à l'écrit par l'intermédiaire de la transcription. Projection d'un film de témoignages de journalistes et d'écrivains sur leurs blocages et leurs solutions pour les surmonter. Débat. Les outils du journalisme en tant que support de la confiance. Le choix d'un sujet, d'un angle.

Jour 2

Relaxation, exercices de respiration. Théorie : comment aller chercher en soi-même la substance de son écriture.
Exercice : présentation d'un sujet libre pour acquérir de l'assurance lors d'une prise de parole.
Écriture du sujet libre.

Jour 3

Relaxation. Restitution, mise en commun du sujet libre. Identification des sources de blocage.
Théorie : booster sa créativité.
Exercice : apprendre à jongler avec les mots, images, synonymes et analogies.
Sortie encadrée avec sujet dirigé.
Exercice : récolte de sensations et d'informations, de prise de contact et interviews.

Jour 4

Relaxation.
Écriture du sujet dirigé en atelier encadré. Restitution.

LES CINQ SENS DU REPORTAGE

Durée 4 jours

Sessions 2014

- Du 10 au 13 février
- Du 9 au 12 septembre

Tarif salarié :
1 960 euros HT
Financement individuel :
1 350 euros TTC

PERF-SENSRE

Pour aller + loin

❶ Oser écrire : la fin des blocages

• OBJECTIF

En reportage et en écriture, améliorer sa créativité grâce à des pistes inédites. Ce stage se fonde sur l'ouïe, l'odorat, la vue, le goût, le toucher. Les sens, une chance pour les angles. Enrichir son vocabulaire, travailler les synonymes, le rythme, les images. Les liens entre perception et restitution (structure, recul, mémoire, assumer), objectif et subjectif, l'équilibre entre info et perceptions. Ce stage est proposé aux personnes ayant suivi le module « Oser écrire : la fin des blocages »

• PUBLIC

Journalistes, pigistes, chargés de communication.

• PROGRAMME

Jour 1

Chaque stagiaire expose ses attentes. Théorie : rappel des fondamentaux du reportage ; en quoi le travail sur les sens est important pour le journalisme écrit. Diffusion d'un film de témoignages de reporters de terrain. Analyse de reportages écrits existants et repérage des sens convoqués par l'auteur.
Exercice : chaque stagiaire choisit un des cinq sens, décrit ce qui l'entoure.
Restitution.

Jour 2

Relaxation. Travail de vocabulaire autour des cinq sens. Lancement du reportage. Thème imposé : un marché. Chaque participant choisit un angle. Départ sur le terrain.

Jour 3

Terrain : au marché, pour interviews et sensations complémentaires.
Restitution en classe à l'oral. Relaxation, respiration.
Rédaction en utilisant les cinq sens, au service de l'information.

Jour 4

Relaxation, respiration. Rédaction (suite).
Première et deuxième version.

BASES DU SECRÉTARIAT DE RÉDACTION

• OBJECTIF

Développer une vision globale de la publication papier ; rédiger des titres, des chapôs, des intertitres, des accroches et des légendes ; améliorer le style rédactionnel ; corriger et relire ; suivre le chemin de fer jusqu'au bon à tirer.

• PUBLIC

Journalistes, pigistes, chargés de communication, maquettistes, graphistes.

• PROGRAMME

Les fondamentaux de l'écriture journalistique

L'information et sa fiabilité. La vérification des informations : les sources. Les niveaux de lecture, la hiérarchie de l'information.

La structure de l'article : le plan, l'angle, le message essentiel, l'attaque, la chute.

L'écriture et les genres journalistiques : la brève, le filet, la synthèse, l'interview, le reportage, le portrait, la chronique, l'enquête.

Le travail du texte

Les coupes, la réécriture, la stylistique. Adapter le texte à la publication et au lectorat.

L'édition

Titraille, chapôs, intertitres, accroches, légendes, etc. La mise en scène de l'information.

La correction

Le code typographique et les protocoles de relecture. Les signes de correction et la préparation de copie.

Maquette

Les règles élémentaires : la mise en pages, les gabarits, la typographie, l'iconographie, l'organisation technique, le glossaire.

L'organisation du travail

Chemin de fer, planning.

Durée 4 jours

Sessions 2014

- Du 3 au 6 février
- Du 19 au 22 mai
- Du 20 au 23 octobre

Tarif salarié :
1 800 euros HT

Financement individuel :
1 350 euros TTC

PERF-BASESR

Pour aller + loin

1. **Méthodes de correction**
2. **InDesign**
3. **Principes de la réécriture**

ÉDITER POUR LE WEB

• OBJECTIF

Maîtriser la chaîne de l'information sur Internet et les particularités du Web : information en flux, actualisation, scénarisation, écriture et édition multimédia.

• PUBLIC

Journalistes rédacteurs et secrétaires de rédaction travaillant pour la presse papier, la presse d'entreprise ou municipale, chargés de communication désirant acquérir une nouvelle technique ou souhaitant se perfectionner.

• PROGRAMME

L'information sur le Web

Analyse de sites existants.

La fonction de secrétaire de rédaction sur le Web. Définition des tâches : les points communs avec le SR papier, les spécificités.

Une écriture et une édition en flux, une actualisation permanente, l'interaction avec les internautes, l'écriture et l'édition multimédia : le texte, l'image, le son, la vidéo, l'infographie.

Travailler dans un espace ouvert.

La scénarisation et la conception de l'information.

Les fondamentaux de l'écriture Web

Écrire court, choisir un mode actif, raccourcir ses paragraphes, hiérarchiser l'information.

Exercices pratiques.

Éditer pour le Web

Du papier au Web : une autre conception de l'information.

Construire sa titraille pour le Web : l'importance du référencement, des mots-clés. Quel type de titre adopter. Rédiger les chapôs et les intertitres. La logique des tags.

L'édition du texte. La place des liens.

L'édition des contenus multimédias : l'importance des balises, l'édition des images, du son, des vidéos, des infographies.

La réalisation des diaporamas.

Durée 3 jours

Sessions 2014

- Du 5 au 7 mars
- Du 15 au 17 juillet
- Du 29 au 31 octobre

Tarif salarié :
1 350 euros HT

Financement individuel :
1 010 euros TTC

PERF-EDMUT

Pour aller + loin

1. **Titrer pour le Web**
2. **Twitter pour les journalistes**
3. **Création et animation d'une page Facebook**

AMÉLIORER SA TITRAILLE

Durée 2 jours

Sessions 2014

- 27 et 28 février
- 12 et 13 juin
- 6 et 7 novembre

Tarif salarié :
980 euros HT
Financement individuel :
680 euros TTC

PERF-TITRE

Pour aller + loin

1. **Stylistique**
2. **Améliorer ses titres pour le Web**

• OBJECTIF

Rédiger des éléments de titraille (titres, chapôs, intertitres, accroches, légendes…) efficaces pour renforcer l'attrait d'un journal ou d'un site.

• PUBLIC

Rédacteurs en chef, chefs d'édition, secrétaires de rédaction, responsables de communication travaillant sur le papier comme sur le Web.

• PROGRAMME

Les fonctions de la titraille

Les niveaux de lecture : principes.
Les deux fonctions d'un titre.
Les 5 W + H : principes et limites.
L'éditing, une démarche globale.

Les qualités d'un bon titre pour la presse print

Les éléments à retenir : les informations pertinentes, le message essentiel.
Les différents styles de titraille : informatif, incitatif.
Articuler et lier les différents éléments de titraille d'une page : titres, chapôs, intertitres, accroches.

Le choix du mot juste

Les règles d'utilisation de la ponctuation dans les titres : les deux-points, les virgules, les points d'interrogation, les points d'exclamation.
Reprendre un titre. Faire tourner un titre. Travailler en équipe ou en solo.
La titraille selon le genre de l'article (enquête, dossier, interview…) et le type de presse (quotidienne, news, magazine).

Les qualités d'un bon titre pour la presse Web

Les principes du référencement.
Le choix des mots-clés : principes et pratique. La rédaction des divers éléments de titraille : titres, chapôs, intertitres. L'articulation entre ces éléments de titraille. L'articulation entre la titraille et le texte.
Passer du papier au Web.

Exercices pratiques

Travaux de groupe sur les supports des stagiaires.

AMÉLIORER SES TITRES POUR LE WEB

Durée 1 jour

Sessions 2014

- 7 mars
- 17 juillet
- 31 octobre

Tarif salarié :
490 euros HT
Financement individuel :
340 euros TTC

PERF-WBTITR

Pour aller + loin

1. **Corriger pour le Web**
2. **La recherche iconographique pour le Web**

• OBJECTIF

Rédiger des éléments de titraille Web (titres, chapôs, intertitres, tags…) efficaces pour renforcer le référencement ainsi que la reprise et la diffusion de ses articles sur les réseaux sociaux.

• PUBLIC

Journalistes rédacteurs et secrétaires de rédaction, éditeurs, webmasters, responsables de communication

• PROGRAMME

Les fonctions de la titraille sur le Web

Le titre pour deux types de lecteurs : l'internaute et le moteur de recherche. Le référencement naturel.
La circulation de l'information sur le Web et dans les réseaux sociaux

Les qualités d'un bon titre

Le titre informatif. La place des mots-clés dans un titre Web. Le nombre de signes, une notion essentielle.

Le chapô

Les informations et les mots-clés à insérer. Un ordre à respecter, une rédaction modulable.
L'articulation avec le titre et le texte.

Les intertitres

Le nombre d'intertitres : une question de rythme, de taille(s) d'écran.
La rédaction des intertitres : priorité à l'information. L'importance des mots-clés et leur place dans l'intertitre.

Les tags

La double fonction du tag : gestion de l'archivage et outil de référencement. Le choix des tags, la logique à adopter. La création de tags : la stratégie à adopter.

La reprise sur les réseaux sociaux

Des titres et des chapôs différents pour Facebook. La reprise du titre sur Twitter et l'utilisation de la fonction Expand.

Exercices pratiques.

OBJECTIF ZÉRO FAUTE

• OBJECTIF

Maîtriser les exceptions de la langue française et les cas particuliers. Connaître les pratiques des différentes rédactions.

• PUBLIC

Correcteurs, journalistes secrétaires de rédaction et rédacteurs, pigistes travaillant pour la presse papier, la presse d'entreprise ou municipale, secrétaires d'édition, chargés de communication.

• PROGRAMME

Le pluriel des noms et adjectifs

Le pluriel des noms propres, des mots étrangers, des adverbes, des numéraux. Le cas spécifique des mots composés.

Accents et accords

Les accents, les préfixes, les traits d'union. Les principales difficultés du verbe, l'accord des participes passés.

Les verbes et les phrases

La concordance des temps, l'analyse d'une phrase, les fonctions dans les phrases simples et dans les phrases complexes.

Travaux pratiques

Exercices de correction de textes types.

Tests et évaluation.

Durée 3 jours

Sessions 2014

- Du 29 au 31 janvier
- Du 1er au 3 avril
- Du 23 au 25 juin
- Du 24 au 26 septembre

Tarif salarié :
1 350 euros HT

Financement individuel :
1 010 euros TTC

PERF-ZRFAU

Pour aller + loin

1. **Méthodes de correction**
2. **Principes de la réécriture**

MÉTHODES DE CORRECTION

• OBJECTIF

Acquérir des méthodes de relecture et de correction du texte écrit. Élargir ses connaissances en matière de langue (orthographe, vocabulaire, grammaire, syntaxe) et de typographie.

• PUBLIC

Journalistes rédacteurs et secrétaires de rédaction, pigistes travaillant pour la presse papier, la presse d'entreprise ou municipale, traducteurs, éditeurs, chargés de communication.

• PROGRAMME

Français

Grammaire et difficultés de la langue (révision et perfectionnement).

Le code typographique : italique, romain, capitales, bas de casse, gras, abréviations, etc.

Le protocole de correction

Exercices de correction afin d'aborder les différents types d'intervention : orthographe, syntaxe, grammaire, typographie, choix du mot juste, lisibilité et compréhension, chasse aux clichés, contresens, approximations, redondances, répétitions, vérification de l'information.

Les outils du correcteur

Dictionnaires, encyclopédies, ouvrages spécialisés, Internet.

Exercices pratiques.

Durée 4 jours

Sessions 2014

- Du 10 au 13 février
- Du 8 au 11 avril
- Du 7 au 10 juillet
- Du 17 au 20 novembre

Tarif salarié :
1 800 euros HT

Financement individuel :
1 350 euros TTC

PERF-CORR

Pour aller + loin

1. **Objectif zéro faute**
2. **Stylistique**
3. **Principes de la réécriture**

CONCEVOIR L'INFORMATION POUR L'IPAD

Durée 2 jours

Sessions 2014

- 27 et 28 mars
- 29 et 30 septembre
- 4 et 5 décembre

Tarif salarié :
980 euros HT
Financement individuel :
680 euros TTC

PERF-IPAD

Pour aller + loin

1 Créer une publication pour tablettes avec Aquafadas

2 Smartphones et tablettes outils de reportage

• OBJECTIF

Cette formation s'adresse à des journalistes expérimentés, appelés à travailler pour des applications destinées à l'iPad.

• PUBLIC

Journalistes reporters, chefs d'édition et de rubrique, rédacteurs en chef, secrétaires de rédaction, chargés de communication. La maîtrise des outils multimédias est vivement souhaitée ainsi que la possession d'un iPad.

• PROGRAMME

L'information sur l'iPad

Applications natives, Web applications, sites optimisés. Analyses et comparaisons.

Les particularités de la lecture sur iPad

Un double format : en hauteur et à l'italienne.

Analyse des gestes : taper, écarter, etc. Les notions de «canevas» et de «composite» substituées à celle de «page».

La gestion des flux

Les infos de stocks, les infos de flux. La réactualisation en temps réel. L'utilisation et la remontée des archives.

Les principes de narration

Linéaire et non linéaire. L'articulation avec la vidéo. Sortir du cadre de la page. L'effet feuilleton.

Les principes d'ergonomie

L'entrée par l'image.
Le HTML5 et l'iPad.

L'information en géolocalisation

La gestion du push.

ANIMER UNE TABLE RONDE

Durée 1 jour

Sessions 2014

- 27 février
- 22 avril
- 17 juin
- 2 décembre

Tarif salarié :
600 euros HT
Financement individuel :
470 euros TTC

PERF-TABLE

Pour aller + loin

1 LinkedIn, Viadeo, maîtriser les réseaux sociaux professionnels

• OBJECTIF

Apprendre à concevoir et à animer des tables rondes et des débats publics.

• PUBLIC

Journalistes, secrétaires de rédaction, rédacteurs en chef, chargés de communication, attachés de presse.

• PROGRAMME

Le sujet et le cadre de la table ronde

Les horaires et le public.
L'estimation de son temps de travail et le tarif à demander.

Les intervenant(e)s

Combien ? Qui ? L'établissement de leur biographie. Les sujets d'intervention. La réponse aux questions matérielles (transports, contraintes horaires) et techniques (Power Point, vidéo, documents).

La salle

La disposition des intervenant(e)s (tribune, sièges bas, chaises, table…). Les moyens techniques à prévoir (micros, vidéoprojecteur).
L'accueil (badges, chevalets, bouteilles d'eau, pauses, cocktail…).
La préparation du timing.

L'animation

La présentation du sujet et des intervenant(e)s. La technique des questions-réponses. Rebondir face aux interventions du public (distribuer la parole, synthétiser, s'adapter).
La conclusion et les remerciements.

CRÉATION ET ANIMATION D'UNE PAGE FACEBOOK

• OBJECTIF

Savoir créer et animer une page personnelle ou d'entreprise Facebook, mesurer et augmenter le taux d'engagement.

• PUBLIC

Journalistes, secrétaires de rédaction, rédacteurs en chef, community managers, social media editors, responsables de communication, attachés de presse.

• PROGRAMME

La création de la page

Les différences entre un compte personnel, un groupe et une page. La désignation de l'administrateur de la page. Les rubriques à renseigner.

La customisation de la page

La notion d'engagement. La stratégie à adopter.

Le choix des informations à publier

Le flux. L'intérêt de la contre-programmation. La rédaction des statuts pour provoquer l'engagement,
les types de médias à utiliser pour générer de l'engagement. La gestion des commentaires sur la page.

La mesure de l'engagement

Les mystères de l'Edge Rank. Les outils d'analyse de Facebook, la lecture de son tableau de bord. Autres outils d'analyse. L'exploitation des résultats pour améliorer ses performances.

Accroître son audience et son engagement

Les stratégies et les techniques. Les offres, les abonnements.
La création d'événements.

Durée 1 jour

Sessions 2014

- 14 février
- 15 mai
- 19 juin (*)
- 5 novembre

Tarif salarié :
490 euros HT
Financement individuel :
340 euros TTC

PERF-FACEB

Pour aller + loin

❶ **Twitter pour les journalistes**
❷ **Écrire pour le Web**

LINKEDIN, VIADEO MAÎTRISER LES RÉSEAUX SOCIAUX PROFESSIONNELS

• OBJECTIF

Comprendre le fonctionnement des réseaux sociaux professionnels LinkedIn, Viadeo, et en avoir un usage professionnel.

• PUBLIC

Journalistes rédacteurs et secrétaires de rédaction, photojournalistes, rédacteurs en chef, chargés de communication, attachés de presse.

• PROGRAMME

L'articulation de LinkedIn et de Viadeo avec les autres réseaux sociaux

Définition du réseau social professionnel. Les principaux usages. Possibilités, avantages et contraintes.

LinkedIn

Les principales données, les perspectives de croissance, les usagers. LinkedIn sur le Web et les applications pour smartphones et tablettes : caractéristiques et ergonomie.
Savoir renseigner son profil. Le fonctionnement en trois cercles. Augmenter sa visibilité, tirer profit des visites sur son site, utiliser les publications et la messagerie interne.

Viadeo

Les caractéristiques et principes de fonctionnement. Les perspectives de croissance, les usagers.
Savoir renseigner son profil. La stratégie à adopter pour augmenter sa visibilité.
L'utilisation des publications, la participation aux groupes, les avantages du passage en mode payant.

Comparatif des deux réseaux

Avantages et inconvénients en mode payant : calcul du rapport qualité/prix.

Durée 1 jour

Sessions 2014

- 10 janvier
- 28 avril
- 18 juin (*)
- 3 octobre

Tarif salarié :
490 euros HT
Financement individuel :
340 euros TTC

PERF-RSPRO

Pour aller + loin

❶ **Mesurer l'efficacité d'une action de communication**

LA COMMUNICATION PARTICIPATIVE

Durée 1 jour

Sessions 2014

- 27 mars (*)
- 2 juin
- 1er décembre

Tarif salarié :
450 euros HT
Financement individuel :
340 euros TTC

PERF-COMPAR

Pour aller + loin

❶ **Communication participative et information citoyenne**

• **OBJECTIF**

Mieux comprendre les outils de la démocratie participative et les croiser avec l'émergence des médias numériques pour concevoir de nouveaux modes de communication, plus horizontaux voire ascendants.

• **PUBLIC**

Responsables et chargés de communication d'entreprises, de structures de l'économie sociale et solidaire, de collectivités territoriales.

• **PROGRAMME**

L'émergence d'une nouvelle forme de communication

Une approche systémique de la communication. Une communication fondée sur des principes et des attitudes, et pas seulement sur des techniques.

Les nouveaux outils de la participation citoyenne

Participation et engagements citoyens. Les différentes instances de démocratie participative : conseils de quartier, conseils de jeunes et d'enfants, conseils des anciens, conseils d'étrangers non communautaires… Jurys citoyens et conférences de consensus. Budgets participatifs. Les incitations publiques à la participation.

Démocratie participative et nouveaux médias

Démocratie participative et Internet. Du bon usage des réseaux sociaux. Principes et pratique des conférences de rédaction ouvertes. Sondages délibératifs. Des témoignages participatifs aux enquêtes participatives.

COMMUNICATION PARTICIPATIVE ET INFORMATION CITOYENNE

Durée 1 jour

Sessions 2014

- 26 mars (*)
- 19 septembre

Tarif salarié :
450 euros HT
Financement individuel :
340 euros TTC

PERF-INFOCI

Pour aller + loin

❶ **La communication participative**

• **OBJECTIF**

Permettre à des journalistes et à des responsables de la communication de croiser leurs approches, d'identifier les points communs et les divergences de leurs métiers respectifs, ainsi que les défis auxquels leurs secteurs sont confrontés.

• **PUBLIC**

Responsables et chargés de communication des collectivités territoriales et structures de l'économie sociale et solidaire, journalistes, rédacteurs en chef, webmasters éditoriaux.

• **PROGRAMME**

Information et communication : les principales différences

Connaissance / influence. Réalité simple ou complexe ? L'obligation du « positif ». La place, pour le conflit et la contradiction, du récepteur dans les deux démarches.

Principes et pratique d'une information citoyenne

Penser, agir, débattre : les trois finalités d'une information citoyenne.

Outils et méthode d'une information participative. La coproduction de l'information entre professionnels et citoyens, une voie d'avenir.

La communication éthique se rapproche-t-elle de l'information ?

Vertus et limites d'une communication « responsable ». Le fast-checking, une nouvelle nécessité.

La place nouvelle faite à la contradiction et à la complexité.

La participation des usagers / citoyens, élément commun de la mutation en cours dans les deux secteurs.

RÉDIGER UN APPEL D'OFFRES ET ÉLABORER UN CAHIER DES CHARGES

• OBJECTIF

Les missions de communication au sein d'une collectivité territoriale imposent parfois de recourir à des prestataires extérieurs (agences, graphistes, rédacteurs, webdesigners, photographes, vidéastes…). Cette formation donne les bases d'une sélection pertinente à partir d'un cahier des charges ou dans le cadre d'un appel d'offres.

• PUBLIC

Responsables et chargé(e)s de communication des collectivités territoriales.

• PROGRAMME

Techniques de rédaction d'un appel d'offres

Un préalable : la définition précise des objectifs.

Recueil des informations, techniques, lois et réglementations en vigueur.

Exigences et critères de sélection.

Planning, délais et processus.

De l'éthique dans les appels d'offres

Le rôle de la société civile. La mise en place de comités d'éthique.

Les lois et normes anticorruption au niveau international.

L'élaboration d'un cahier des charges

Définition préalable des objectifs.

Les différents types de cahier des charges.

Les contraintes techniques et réglementaires. Processus et délais.

Étude de cas

Durée 1 jour

Sessions 2014
- 11 avril (*)
- 16 juin
- 6 novembre

Tarif salarié : 600 euros HT

Financement individuel : 470 euros TTC

PERF-REAO

Pour aller + loin

❶ Organiser sa veille sur le Web

ANIMER UN RÉSEAU SOCIAL DE CONTRIBUTEURS

• OBJECTIF

Créer et animer un réseau de correspondants doit constituer l'une des priorités de la communication des structures de l'ESS et des collectivités territoriales. L'usage des réseaux sociaux apporte une nouvelle dynamique. Cette formation aide à saisir les enjeux de ces nouveaux réseaux et à en évaluer le potentiel.

• PUBLIC

Chargés de communication (entreprises, collectivités territoriales, structures de l'ESS), rédacteurs en chef, responsables marketing, webmasters éditoriaux.

• PROGRAMME

Créer un réseau de contributeurs

Les préalables : identifier les contributeurs et définir précisément ce qu'on leur demande.

Les fonctions de la communication et de l'échange entre contributeurs.

La formation préalable des contributeurs. L'accord sur le planning de mise en œuvre.

Les principes déontologiques et éthiques. Les règles de fonctionnement interne, la charte de contribution.

Les outils de l'animation du réseau

Le choix des outils adéquats : réseaux sociaux (grand public et professionnels), Doodle, groupes Facebook, Google groupes, outils collaboratifs, newsletter, blog…

Les conditions de réussite d'un réseau de contributeurs.

Les critères d'évaluation des contributions ; le retour sur les apports des contributeurs et les modes de reconnaissance de leur travail ; les techniques de bilan, individuel et collectif.

Durée 1 jour

Sessions 2014
- 3 mars
- 5 mai (*)
- 12 septembre

Tarif salarié : 490 euros HT

Financement individuel : 340 euros TTC

PERF-CONTRI

Pour aller + loin

❶ La pratique du community management

❷ Création et animation d'une page Facebook

AMÉLIORER LA MAQUETTE DES SUPPORTS DE COMMUNICATION

Durée 4 jours

Sessions 2014

- Du 31 mars au 3 avril
- Du 19 au 22 mai (*)
- Du 16 au 19 septembre

Tarif salarié :
1 800 euros HT
Financement individuel :
1 350 euros TTC

PERF-MAQPWB

Pour aller + loin

1. **Concevoir, réaliser et diffuser une newsletter**
2. **Articuler sa communication sur différents supports**

• OBJECTIF

Connaître les règles et les techniques de base nécessaires à la réalisation d'une lettre d'information ou de tout support de presse interne. Acquérir une méthode de travail pour réaliser cette lettre.

• PUBLIC

Contributeurs réguliers ou occasionnels à une newsletter, responsables et chargés de communication, responsables de rédaction.

• PROGRAMME

La typographie

Le choix de caractères. Le gris typographique. Les niveaux de lecture. L'importance des coupures et justifications dans les textes et des règles typographiques (gras, italique, ponctuation, guillemets, tirets, etc.).

Les bases de la maquette

La structure de la page et la place des différents éléments (titraille, texte, iconographie). La hiérarchisation visuelle des éléments. Les règles de composition. Rythmes et harmonie d'ensemble (colonnage, grille modulaire). La charte rédactionnelle et typographique.

La conception graphique

La notion d'impact. La lisibilité, la visibilité, le rapport texte/image. Le travail des contrastes (couleurs, tailles, formes). La communication et l'image : composition, cadrage, image décalée.

CONCEVOIR, RÉALISER ET DIFFUSER UNE NEWSLETTER

Durée 3 jours

Sessions 2014

- Du 17 au 19 février
- Du 23 au 25 juin
- Du 15 au 17 octobre

Tarif salarié :
1 350 euros HT
Financement individuel :
1 010 euros TTC

PERF-NEWSLT

Pour aller + loin

1. **Écrire pour le Web**
2. **Sources et recherches iconographiques**
3. **Création et animation d'une page Facebook**

• OBJECTIF

La newsletter est un moyen précieux pour informer et faire converger son public vers son site. Instrument de fidélisation de premier ordre, elle exige néanmoins un travail attentif de définition et de suivi.

• PUBLIC

Journalistes, responsables de communication, attachés de presse d'entreprise, de collectivité et d'association.

• PROGRAMME

La lettre électronique et les autres moyens de communication électronique. Fixer les objectifs et la fonction de la lettre électronique. Destinataires, périodicité, profil : les grands paramètres d'une lettre électronique.

Choix des contenus et des modes de traitement

Mesurer l'impact de la lettre. Les techniques d'écriture. Outils techniques de mise en pages.

Les règles de diffusion

Outils d'expédition. L'articulation avec les autres outils de communication. Étude de cas.

Exercices pratiques

Au cours de ce module, une lettre électronique sera réalisée et expédiée.

LES RELATIONS PRESSE
À L'HEURE DU NUMÉRIQUE

• OBJECTIF

Comment les bouleversements des outils de communication et l'évolution des médias influent-ils sur le métier d'attaché de presse ? Cette formation apporte les bases indispensables pour bâtir une stratégie efficace pour ses relations presse.

• PUBLIC

Éditeurs, responsables de communication des entreprises, collectivités territoriales et structures de l'économie sociale et solidaire.

Prérequis : être impliqué dans la diffusion et la promotion de projets éditoriaux. Être familiarisé avec le vocabulaire et les problématiques des relations presse.

• PROGRAMME

L'évolution des relations presse

Au niveau des acteurs (journalistes, blogueurs, leaders d'opinion…).

Au niveau des outils utilisés (communiqués de presse interactifs, newsletters, e-mails personnalisés…).

Les étapes immuables des relations presse

Établir une stratégie solide (objectifs, cibles, messages…).

Identifier et reconnaître les différents acteurs intervenant dans les relations avec les médias.

Savoir faire un bilan qualitatif et quantitatif de ses campagnes de relations presse.

L'adaptation du métier aux outils numériques

Concevoir un plan de relations presse numérique.

Choisir les outils pertinents pour ses campagnes de relations presse.

Durée 1 jour

Sessions 2014

- 27 juin (*)
- 2 décembre

Tarif salarié :
600 euros HT

Financement individuel :
470 euros TTC

PERF-RPNUM

Pour aller + loin

❶ La conception Web multisupports

❷ Création et animation d'une page Facebook

MESURER L'EFFICACITÉ D'UNE COMMUNICATION

• OBJECTIF

Aborder les différents outils, qualitatifs et quantitatifs, pour évaluer les forces et les faiblesses de ses actions de communication, apprécier l'impact de ses différents supports et piloter efficacement sa stratégie.

• PUBLIC

Responsables et chargé(e)s de communication d'entreprises, de structures de l'économie sociale et solidaire, de collectivités territoriales.

• PROGRAMME

Les enjeux de la mesure en communication

Les préalables à toute mesure : définir les objectifs, les messages, les cibles. Les limites de la mesure en communication. Audit interne / audit externe.

Les éléments méthodologiques

Outils, planning et budget d'une évaluation. Enquêtes qualitatives et quantitatives. Veille stratégique et benchmarking.

La mesure de l'impact d'une publication

Les différents outils d'évaluation : entretiens téléphoniques, sondages en ligne, tête-à-tête, réunions de groupes…

Savoir poser les bonnes questions. Distinguer ce qui est exprimé dans les réponses et ce que pensent vraiment les personnes interrogées. Tirer des conclusions pertinentes.

L'évaluation de la communication digitale

Les indicateurs de performance des sites Web : visites uniques, pages lues, etc. Mesure d'une campagne de communication sur Internet. Méthodes de mesure de l'e-réputation (veille et analyse des médias sociaux).

Durée 1 jour

Sessions 2014

- 3 juillet (*)
- 9 décembre

Tarif salarié :
490 euros HT

Financement individuel :
340 euros TTC

PERF-ACTION

Pour aller + loin

❶ Création et animation d'une page Facebook

❷ Améliorer la maquette des supports de communication

LES BASES DU REPORTAGE PHOTO

Durée 3 jours

Sessions 2014

- Du 3 au 5 février
- Du 1er au 3 juillet
- Du 1er au 3 octobre

Tarif salarié :
1 350 euros HT
Financement individuel :
1010 euros TTC

PERF-REPHO

Pour aller + loin

1. **Photoshop**
2. **Éditer et réaliser un diaporama multimédia**
3. **Droit à l'image et droits de l'image**
4. **Le synopsis, pour mieux vendre son sujet**

• OBJECTIF

Améliorer ses connaissances du matériel photo et maîtriser les techniques de base de la prise de vue, notamment pour bien cadrer ses photos.

• PUBLIC

Photographes, journalistes, responsables de communication.

• PROGRAMME

Prise en main du matériel

Le cadrage. Les réglages, priorité vitesse ou priorité ouverture, la balance des blancs… La lumière.

Savoir observer, capter le contexte

L'angle. Définir son point de vue. Travailler l'approche de son sujet. Préparer un synopsis. Le reportage.

Le rapport texte / image

En alternant progressivement les séances de prises de vue et d'analyse des images réalisées la veille, les participants perfectionneront leur technique et préciseront leur démarche, toujours en présence d'un photojournaliste.

Le droit à l'image

La législation sur le droit à l'image des personnes, des monuments, des lieux publics, etc.

Exercices pratiques.

LA TECHNIQUE DU PORTRAIT PHOTO

Durée 2 jours

Sessions 2014

- 13 et 14 mars
- 8 et 9 septembre

Tarif salarié :
900 euros HT
Financement individuel :
680 euros TTC

PERF-PHOPOR

Pour aller + loin

1. **Photoshop**
2. **Éditer et réaliser un diaporama multimédia**

• OBJECTIF

De l'éclairage à la relation du photographe avec son modèle, apprendre à adapter la pratique du portrait aux différentes situations rencontrées lors des prises de vue. Les styles de portraits, les cadrages, les prises de vue.

• PUBLIC

Photographes, journalistes, chargés de communication.

• PROGRAMME

Analyse des différents types de portraits

Les genres rencontrés (reportage, interview, enquête…).
Le cadrage, les plans, la lumière.
Les différentes situations rencontrées sur le terrain.

Les styles de portraits

Le portrait serré, le portrait en situation, le portrait en action, le portrait paysage.

Les trucs à savoir

S'adapter aux profils rencontrés. Mettre le sujet en situation. Le sens du portrait, le message délivré.

Exercices pratiques

Réalisation de portraits en situation. Analyse des travaux des stagiaires.

RÉALISER DE LA VIDÉO POUR LE WEB

• OBJECTIF

Savoir réaliser des interviews et des reportages vidéo diffusables sur Internet.

• PUBLIC

Journalistes, pigistes de la presse écrite, d'entreprise ou municipale, chargés de communication désirant acquérir une nouvelle technique ou se perfectionner.

• PROGRAMME

L'intérêt de la vidéo sur le Web

Des angles différents, un complément d'information.

Les fondamentaux de l'écriture vidéo

Le cadrage, les mouvements, la prise de son, la lumière.

Les spécificités de l'interview et du reportage vidéo

La préparation. Poser des questions courtes, choisir des questions ouvertes.

Les repérages.

Le reportage vidéo

Le travail de terrain, les pièges à éviter.

Savoir prendre des sons d'ambiance, utiliser les valeurs de plan.

Le montage

Apprentissage d'un logiciel de montage numérique.

Les formats de compression.

La postproduction

Titres, sous-titres.

Génériques, musiques : comment travailler ses sons.

Durée 5 jours

Sessions 2014

- Du 10 au 14 février
- Du 12 au 16 mai (*)
- Du 7 au 11 juillet
- Du 8 au 12 septembre
- DU 27 au 31 octobre (*)

Tarif salarié :
2 250 euros HT

Financement individuel :
1 680 euros TTC

PERF-WBVID

Pour aller + loin

1. **Final Cut Pro X**
2. **Premiere Pro**
3. **Réussir une interview en vidéo**

FILMER AVEC UN REFLEX NUMÉRIQUE

• OBJECTIF

Initiation à la prise de vues HD avec des appareils reflex numériques full HD (Canon EOS 5D, 7D, Nikon D800, Panasonic GH1...) pour maîtriser la captation, l'import et l'export spécifiques à ce nouveau mode de prise de vues.

• PUBLIC

Photographes, vidéastes, journalistes.

• PROGRAMME

Fondamentaux numériques

Bases et spécificités de l'image vidéo numérique HD. Formats de fichiers SD, HD, échantillonnage, codecs.

Gestion du son

Maniement des reflex. Les modes de prises de vues. La stabilisation.

Styles d'images

La balance des blancs et la température de couleur. Filmer en HD.

Production et postproduction

Tests et exercices en intérieur et extérieur. Transfert des données HD (Final Cut Pro X, Premiere Pro). Dérushage, visionnage, exportation. Accessoirisation. Tourner pas cher mais stable : montage sur crosse ou épaulière. Ajouter un viseur. Réglages, maniement en reportage, travelling... Utiliser un petit steadycam.

Exercices pratiques.

Durée 3 jours

Sessions 2014

- Du 28 au 30 avril
- DU 22 au 24 juillet

Tarif salarié :
1 350 euros HT

Financement individuel :
1 010 euros TTC

PERF-VDPHO

Pour aller + loin

1. **Réaliser une interview en vidéo**
2. **Éditer et réaliser un diaporama multimédia**

RÉALISER UNE INTERVIEW EN VIDÉO

Durée 3 jours

Sessions 2014

- Du 17 au 19 février
- Du 23 au 25 avril
- Du 24 au 26 septembre

Tarif salarié :
1 470 euros HT
Financement individuel :
1 010 euros TTC

PERF-TVITW

Pour aller + loin

1. **Parler devant la caméra**
2. **Final Cut Pro X**
3. **Premiere Pro**

• OBJECTIF

Apprendre les techniques de l'interview, sa préparation, la recherche de l'angle, le choix de l'interviewé. Savoir écouter. Connaître les conditions techniques et déontologiques de l'interview.

• PUBLIC

Journalistes, pigistes travaillant pour la presse écrite, la radio ou Internet.

• PROGRAMME

Culture audiovisuelle

Décryptage de journaux télévisés et de documentaires. Les pièges à éviter, les trucs à savoir sur le terrain.

La préparation

Le choix des interlocuteurs en fonction des buts recherchés (experts, témoins, célébrités).
Questions-réponses, micro-trottoir, portrait, entretien : leurs objectifs et leurs contraintes. Choisir un angle. Rédiger ses questions, essentielles pour ne rien oublier ou de relance. Réflexion technique.

Le tournage

La conduite de l'interview, comment être à l'aise et mettre en confiance. L'art de l'écoute. Comment «faire parler» son sujet.
Attitudes physiques : les regards, la gestion du silence, comment couper les bavards, aider les peu loquaces.

Le montage

Les bases pour monter un reportage. Débriefing sur les choix, contraintes du cadre et de la prise de son.

Éthique et déontologie

Le droit à l'image. Réflexion sur le off. Images volées et caméra cachée. Comment ne pas trahir son témoin.

LE SON AVEC HINDENBURG

Durée 2 jours

Sessions 2014

- 17 et 18 février
- 27 et 28 novembre

Tarif salarié :
750 euros HT
Financement individuel :
680 euros TTC

PERF-HIND

Pour aller + loin

1. **Éditer et réaliser un diaporama multimédia**
2. **Réaliser de la vidéo pour le Web**

• OBJECTIF

Utiliser ce logiciel pour créer, mixer, monter ses sons et concevoir des formats audio innovants. Ce logiciel fonctionne sur PC, Mac et, avec une application, sur iPhone.

• PUBLIC

Journalistes Web ou radio, chefs de service, rédacteurs en chef, responsables de service de communication d'entreprise ou des collectivités locales.

• PROGRAMME

Les outils de base

Présentation du logiciel. Importer du son. L'utilisation du chutier.
L'édition de base : scinder, séparer, couper, etc. L'édition du volume : gain, fondu, cross fade, etc.
L'utilisation des marqueurs. Le travail par éléments et par groupes. Le travail sur plusieurs pistes son. La stéréo.

Le profilage de voix

Enregistrer et appliquer un profilage de voix. Appliquer un profilage de voix générique.

Les outils de travail du son

Égalisateur, compresseur, intensomètre, etc.

Les podcasts

Les formats possibles.
Le chapitrage : ajout d'images, de titres de liens. Les propriétés des podcasts. Les métadonnées.

L'exportation

Les formats de fichiers.
Les formats d'export Broadcast.

L'application iPhone

Le travail de terrain : enregistrement et montage.
L'export des sons depuis son iPhone.

Exercices pratiques.

PARLER DEVANT LA CAMÉRA

• OBJECTIF

Apprendre à poser sa voix, même sans travailler sur des images. Améliorer son élocution à partir de textes rédigés par les stagiaires. Se mettre en situation de terrain face à la caméra. Préparer son intervention.

• PUBLIC

Journalistes, chefs de service, chargés de communication.

• PROGRAMME

Écrire pour être entendu

Les bases de l'écriture vidéo. Écrire court et simple. Le travail de préparation. Construire et répéter son texte.
Maîtriser son angle et sa durée. L'importance du lancement.

L'efficacité du message

Les points à privilégier ou à éliminer. Faire ressortir l'information.
La différence avec la presse écrite. Éviter la redondance. Élaguer et préciser sa présentation et/ou son argumentaire.
Exemples et analyses.

Exercices pratiques

Maîtriser sa posture devant la caméra. Gérer sa respiration.
Les stagiaires seront filmés en plan fixe après avoir écrit de petits lancements et des sujets. Chacun s'exprimera plusieurs fois devant la caméra afin de parvenir à une parole fluide et convaincante.
Débriefing.

Durée 2 jours

Sessions 2014

- 24 et 25 mars
- 17 et 18 juillet
- 23 et 24 octobre

Tarif salarié :
900 euros HT
Financement individuel :
680 euros TTC

PERF-FACAM

Pour aller + loin

1. **Réaliser de la vidéo pour le Web**
2. **Réaliser une interview en vidéo**

COMMENTAIRES SUR IMAGES

• OBJECTIF

Comprendre le montage et le rapport texte/image. Apprendre à poser sa voix sur différents sujets. Training.

• PUBLIC

Journalistes, chefs de service, chargés de communication.

• PROGRAMME

Les fondamentaux de l'image et du son

Images et sons, les différences avec la presse écrite. Savoir décrypter une image. Visionnage et analyse des différents types de sujets d'un journal télévisé. Repérer les différentes manières de traiter un sujet sur Internet. Se mettre à la place du téléspectateur internaute.

L'écriture audiovisuelle : écrire pour être entendu

Choix du traitement de l'information. Utiliser les différents vecteurs d'information (texte, son, image). Introduire une interview, un document sonore. Comment décrire et enrichir l'information apportée par l'image.
Travailler son texte. Éviter les clichés. L'importance de l'attaque. La difficulté à retenir l'attention. Laisser parler l'image. Le mixage de la voix et du son. Savoir poser sa voix. Parler dans un micro. Maîtriser sa respiration, ses intonations. Le texte à l'épreuve de la diction. Maîtriser son timing. Être convaincant. Travailler son élocution. S'initier au mixage.

Exercices pratiques

Entraînement sur des sujets au choix (thématiques et formats variés) à partir de dépêches.
Débriefing

Durée 2 jours

Sessions 2014

- 27 et 28 février
- 26 et 27 mai
- 20 et 21 octobre

Tarif salarié :
900 euros HT
Financement individuel :
680 euros TTC

PERF-COMIM

Pour aller + loin

1. **Réaliser de la vidéo pour le Web**
2. **Éditer et réaliser un diaporama multimédia**

Contact pro 01 53 24 68 76

DROIT À L'IMAGE ET DROITS DE L'IMAGE

Durée 2 jours

Sessions 2014

- 20 et 21 février
- 26 et 27 mai
- 30 et 31 octobre

Tarif salarié :
980 euros HT
Financement individuel :
680 euros TTC

PERF-DRTIM

Pour aller + loin

1. **Réaliser une interview en vidéo**
2. **Les bases du reportage photo**

• OBJECTIF

Appréhender les règles qui régissent la profession à partir d'exemples et de cas concrets.
Maîtriser les différences entre droits d'auteur, droits de l'image, droit à l'image.

• PUBLIC

Rédacteurs en chef, webmasters, responsables de service de communication d'entreprise ou des collectivités locales, chargés de communication, directeurs artistiques, iconos, photographes, journalistes.

• PROGRAMME

La cession des droits d'auteur au support

Les droits patrimoniaux d'auteur. Le droit moral, la clause de conscience. L'exploitation des œuvres par les internautes et le droit de copie. Le CFC. Les Creative Commons.

Le droit à l'image

Les contrats de droit. Les principes de l'autorisation de reproduction. L'image d'une personne publique. L'image d'un particulier (adulte ou mineur). L'image d'un bien (protection des droits des œuvres architecturales).

Exercices pratiques

Études de cas de jurisprudence.

PUBLIER UN LIVRE NUMÉRIQUE DE A À Z

Durée 4 jours

Sessions 2014

- Du 10 au 13 mars
- Du 15 au 18 septembre

Tarif salarié :
1 800 euros HT
Financement individuel :
1 350 euros TTC

PERF-LVAZ

Pour aller + loin

1. **InDesign pour les tablettes**
2. **Articuler sa communication sur différents supports**

• OBJECTIF

Organisation et production d'un livre numérique enrichi sous format ePub3.
Connaître les différents outils de production, valider qualitativement un ePub.

• PUBLIC

Éditeurs, secrétaires d'édition, techniciens de fabrication, auteurs, responsables de communication.
Prérequis : maîtrise de Word et d'InDesign.

• PROGRAMME

Print et numérique : enjeux de différenciation, usages et culture numérique. État de l'art. L'ePub enrichi : spécifications du format et compatibilité.

Produire un fichier ePub enrichi

Les sources (différents composants, texte, image, infographie, son, vidéo) ; depuis InDesign, Word ou avec Calibre.

Créer, intégrer les différents éléments du fichier ePub

La couverture ; le texte et la gestion typographique ; les images, les légendes ; les tableaux et infographies ; l'interactivité (notes, partage) ; la maquette ; la gestion, l'intégration et l'interaction des éléments. Les possibilités de partage (réseaux).

Corriger et valider un fichier ePub

Publier pour les différentes plates-formes et supports de lecture

Travaux dirigés de création de fichiers ePub.

Exercices pratiques

Travaux pratiques de création de fichiers ePub avec évaluation et correction.

INDESIGN POUR LES TABLETTES

• OBJECTIF

Créer une publication interactive destinée aux tablettes numériques avec Adobe Digital Publishing Suite sur InDesign.

• PUBLIC

Directeurs artistiques, graphistes, maquettistes…

Prérequis : bon niveau indispensable sur InDesign.

• PROGRAMME

Les publications sur tablettes

Les livres électroniques et les journaux pour les liseuses : Apple et Amazon. Les formats spécifiques. Les abonnements.

Le panneau Folio Builder

Les articles. Le format horizontal et le format vertical. Les tables des matières, les titres et les métadonnées.

Le Folio Producer (en ligne)

Le tableau de bord. L'exportation et la publication. Le partage.

La solution privée : Adobe Content Viewer (sur tablette)

L'enregistrement et le partage.

Consultation sur tablette

Le téléchargement et le fonctionnement.

L'interactivité de base

Les hyperliens. Les boutons. L'état d'objet. Le multimédia.

Le panneau Overlay Creator

Navigation (hyperliens et boutons), diaporama, audio et vidéo, zooms, panorama 3D, contenu défilant, séquence d'images.

Contenu Web, animations HTML5, article Web.

Combinaison des interactivités et innovations

Nouveautés et perspectives. Mise en pratique.

Exercices pratiques

Création, publication, mise à jour et partage d'une publication interactive avec la tablette numérique.

Durée 3 jours

Sessions 2014

- Du 19 au 21 février
- Du 26 au 28 mai
- Du 21 au 23 juillet
- Du 12 au 14 novembre

Tarif salarié :
1 350 euros HT

Financement individuel :
1 010 euros TTC

PERF-TABS

Pour aller + loin

1. **Aquafadas**
2. **Concevoir l'information pour l'IPad**

AQUAFADAS DIGITAL PUBLISHING

• OBJECTIF

Réaliser des publications pour tablettes numériques avec les plugin d'Aquafadas au sein d'InDesign. Comprendre les différentes étapes du flux de publication numérique et les outils interactifs d'Ave Digital Publishing.

• PUBLIC

Maquettistes ou responsables de presse souhaitant publier pour les tablettes numériques, et enrichir leur publication d'interactivités.

Prérequis : bon niveau sur InDesign. Être initié aux fonctions interactives. Mac OS 10.7, Xcode, InDesign CS5 min.

• PROGRAMME

Présentation

Du fichier InDesign print à l'application téléchargée sur la tablette. Les conditions commerciales et la concurrence d'Adobe.

Type et déroulement du projet

Les publications numériques AveMAG, AvePDF, et ePub. Les étapes de publication.

Les publications réalisées avec Ave Digital Publishing

Démonstration navigation AveMAG, AvePDF. Démonstration des interactivités.

Gestion du projet

Format et densité, orientation, navigateur. Organisation des articles et test.

Les outils interactifs du digital publishing

Boutons d'action et de navigation Pop up et afficher-masquer.

Images : zoom, diaporamas. Contenu défilant. Séquence d'images. Son et vidéo. Fenêtres Web.

Les outils interactifs propres au format Ave

Carte, ancres, animations, drag and drop, dessin, tables des matières.

Interactivités de jeux

Karaoké, correspondance, comparateur, labyrinthe. Modules complémentaires (sur demande spécifique) : coloriage, jeux de correspondance avancées, puzzle, memory, sudoku, labyrinthe avancé, animation avancée, conditions, scripts.

Durée 3 jours

Sessions 2014

- Du 24 au 26 mars
- Du 30 juin au 2 juillet
- Du 1er au 3 décembre

Tarif salarié :
1 470 euros HT

Financement individuel :
1 010 euros TTC

PERF-AQUAFA

Pour aller + loin

1. **InDesign pour les tablettes**
2. **Concevoir l'information pour l'iPad**

CONCEVOIR ET RÉALISER UN MAGAZINE PAPIER

Durée 5 jours

Session 2014 (*)
• Du 10 au 14 février

Tarif salarié :
1 875 euros HT
Financement individuel :
1 680 euros TTC

PERF-MAGPAP

Pour aller + loin
1. Choisir et utiliser la typographie
2. L'imprimé et le suivi de fabrication

• OBJECTIF
Maîtriser les règles et les techniques de base nécessaires à la réalisation de A à Z d'un produit imprimé.
Acquérir une méthodologie de travail reproductible.

• PUBLIC
Graphistes, maquettistes, chargés et responsables de la communication.

• PROGRAMME
Les cours sont fondés sur la pédagogie de l'exemple à partir de cas concrets. Une simulation de réalisation permettra d'élaborer une méthode de travail.

Typographie
Choix de caractères, gris typographiques et niveaux de lecture. Importance des C et J.

Maquette
La structure de la page. Les règles de composition. Les gabarits, la charte rédactionnelle et typographique, et leur déclinaison. Rythmes et harmonie d'ensemble.

Conception graphique
Notion d'impact. Lisibilité-visibilité. Notion de contrastes (tailles, formes, direction, couleurs, etc.).

Fabrication
Chaîne graphique et suivi de la fabrication.

Travaux pratiques
Création et réalisation (roughs) d'un document type.

RÉUSSIR UNE AFFICHE

Durée 4 jours

Session 2013 (*)
• Du 16 au 19 décembre
Session 2014 (*)
• Dates à préciser en décembre

Tarif salarié :
1 800 euros HT
Financement individuel :
1 350 euros TTC

PERF-AFFICH

Pour aller + loin
1. Choisir et utiliser la typographie
2. InDesign

• OBJECTIF
Créer une image globale impactante au service d'un message éphémère et circonstancié.
Méthode : à partir d'un brief, de la rencontre avec le client.
Un bref historique de l'affiche permettra de comprendre la particularité de ce support.
Sa fonction, généralement brève, est liée à une campagne d'information ou de communication s'intégrant dans un espace visuel très concurrentiel.
Une réalisation permettra d'élaborer une méthodologie de travail reproductible.

• PUBLIC
Graphistes, responsables de la communication.

• PROGRAMME

Analyse du besoin d'un client
Situer les besoins et les contraintes de la commande. Les enjeux du message.

Traduire le brief
Évaluer les moyens pour sa mise en œuvre.

Analyse de l'existant
Observer et comprendre le fonctionnement d'affiches réalisées dans un secteur ciblé et pour une fonction spécifique.

L'impact
Engager la notion d'impact et le lien entre le visuel et le textuel au service du sens.

Recherche et création
Rechercher et/ou fabriquer des visuels, réalisations d'esquisses, recherches et placement typographiques.

Finalisation
Mise au point technique d'un projet retenu.

Argumentation
Préparer un argumentaire de présentation au client ou au commanditaire.

CHOISIR ET UTILISER LA TYPOGRAPHIE

• OBJECTIF

Savoir choisir des polices de caractères typographiques en fonction du message à transmettre et de l'environnement dans lequel il s'inscrit.

• PUBLIC

Graphistes, maquettistes, photographes, éditeurs, journalistes rédacteurs et secrétaires de rédaction, responsables de communication.

• PROGRAMME

Histoire

Le signe, l'écriture, l'alphabet, la typographie. La plume, le plomb.

Anatomie de la lettre

Les familles de caractères. Les classifications Vox-Atypi.

La lettre et sa production technique.

L'espace et la lettre

Le caractère d'imprimerie et son vocabulaire, sa description, sa reconnaissance. La dialectique du plein et du vide, de la forme et de la contre-forme.

La typo au service du message

Les constituants typo et leurs fonctions. Usages dans les différents environnements (le livre, la presse, le rapport annuel…).

Le sens et la forme

Contrastes, rythmes, hiérarchies visuelles, trajets visuels. Associations heureuses ou non. Comment faire les bons choix ?

Création des bases d'un alphabet modulaire

Exercice pratique (feutre, calame, plume puis Illustrator).

Durée 5 jours

Session 2013 (*)

• 2, 9, 16, 23 et 30 octobre

Session 2014 (*)

• Dates à préciser en octobre

Tarif salarié :
1 875 euros HT

Financement individuel :
1 680 euros TTC

PERF-TYPO

Pour aller + loin

1. **Concevoir et réaliser un magazine papier**
2. **InDesign**

L'IMPRIMÉ ET LE SUIVI DE FABRICATION

• OBJECTIF

Connaître et mieux comprendre la chaîne de production de tout document imprimé.
Mieux dialoguer avec un imprimeur et avec tous les intervenants de la chaîne graphique.
Les cours sont fondés sur la pédagogie de l'exemple à partir de cas concrets.

• PUBLIC

Graphistes, responsables de communication etc. Toute personne responsable de la préparation des fichiers et du suivi de fabrication.

• PROGRAMME

Choix du papier.
Choix et optimisation des couleurs.
Préparation optimisée des fichiers (définition des images, polices).
Linéatures et trames. Consignes pour lancer le bon à tirer.
Conseils de suivi de fabrication.

Visite d'une imprimerie.

Durée 4 jours

Session 2013 (*)

• 22 et 29 novembre, puis 6 et 18 décembre

Session 2014 (*)

• Dates à préciser en décembre

Tarif salarié :
1 500 euros HT

Financement individuel :
1 350 euros TTC

PERF-FAB

Pour aller + loin

1. **InDesign I**
2. **InDesign perfectionnement**

RÉALISER LE GRAPHISME D'UN BLOG WORDPRESS

Durée 5 jours

Sessions 2014

- Du 3 au 7 février (*)
- Du 30 juin au 4 juillet (*)
- Du 24 au 28 novembre

Tarif salarié :
2 250 euros HT
Financement individuel :
1 680 euros TTC

PERF-WDPRE2

Pour aller + loin

1. HTML5 et CSS3
2. Flash
3. Illustrator

• OBJECTIF

Concevoir et réaliser le graphisme d'un blog WordPress en utilisant le HTML et les feuilles de styles CSS. Ce stage se compose d'une partie apprentissage de WordPress de 2 jours et d'un atelier graphique de 2 jours.

• PUBLIC

Graphistes, maquettistes, journalistes ayant connaissance des langages HTML et CSS.

• PROGRAMME

Utilisation d'un blog WordPress (2 jours)

Paramétrage du blog : les utilisateurs, les profils, la visibilité, les widgets, les menus.
Utilisation de l'espace privé : les articles et les pages, les médias (images, sons, vidéos), les diaporamas, les catégories, les mots-clés, les commentaires.
Choix d'un thème gratuit ou payant.
Choix des extensions.

Atelier de réalisation du graphisme d'un blog à partir d'un thème (2 jours)

Création des maquettes dans Dreamweaver et/ou Photoshop.
Téléchargement de WordPress.
Installation en local avec MAMP.
Création d'un thème enfant.
Boîte à outils du webdesigner.
Personnalisation graphique avec HTML, CSS.
Installation sur un serveur.

HTML5 ET CSS3

Durée 3 jours

Sessions 2014

- Du 22 au 24 janvier
- Du 11 au 13 juin
- Du 12 au 14 novembre

Tarif salarié :
1 350 euros HT
Financement individuel :
1 010 euros TTC

PERF-HTML5

Pour aller + loin

1. Dreamweaver
2. Illustrator
3. Motion

• OBJECTIF

Tirer parti des nouvelles fonctionnalités du HTML5 et de CSS3 (attention ! certaines de ces fonctionnalités ne sont pas encore prises en charge par tous les navigateurs !) pour enrichir un site Web avec des sons, des vidéos, des petites animations, des polices personnalisées, etc.

• PUBLIC

Webmasters, maquettistes, journalistes rédacteurs et secrétaires de rédaction, et toute personne chargée de l'animation d'un site Web souhaitant se familiariser avec les dernières versions des langages HTML et CSS.

• PROGRAMME

Les spécifications HTML5 et CSS3

Compatibilités avec les différents navigateurs. Les différences entre HTML4 et HTML5.

HTML5

La structure de la page. Les éléments déprêciés. Les nouvelles balises et leurs attributs servant à structurer les différentes parties de la page Web.
L'en-tête : header ; la navigation : nav ; l'article : article ; la section : section ; le pied : footer ; la colonne latérale : aside…
La vidéo et l'audio

CSS3

Gérer les plans : arrière-plans multiples, multiples backgrounds ; taille de l'arrière-plan, background-size.
Décoration des éléments de la page.
Mise en page du texte. Polices personnalisées avec @font-face.
Ombres portées sur le texte : text-shadow. Texte en colonnes. Le nombre de colonnes : column-count ; la taille de gouttière : column-gap ; le filet intercolonne : column-rule ; la largeur de colonne : column-width.

DREAMWEAVER

• OBJECTIF

Outil idéal de création et de réalisation de sites Web pour les graphistes et les développeurs, Dreamweaver est leader sur le marché des éditeurs HTML.

• PUBLIC

Graphistes, maquettistes, journalistes, dessinateurs, illustrateurs et photographes.

• PROGRAMME

Introduction générale

HTML : langage de structuration des pages Web.

L'interface du logiciel

Définir un site. Les préférences de Dreamweaver.
Les outils, les propriétés, la page et ses modes de visualisation, les palettes.

La mise en pages

Insertion du texte et structuration à l'aide des balises HTML.
Les feuilles de style CSS (feuilles de style en cascade), langage informatique qui sert à décrire graphiquement la présentation des documents HTML. Les sélecteurs. Les propriétés.

Les contenus

Les liens, définition, création, gestion. Les images (formats, insertion). Les cartes images (images maps). Les ancres. Les formulaires. Les comportements (JavaScript). Intégration de son, de vidéo et d'animation Flash.

Publication

Transfert des fichiers via le serveur FTP.

Durée 4 jours

Sessions 2014

- Du 13 au 16 janvier
- Du 12 au 15 mai
- DU 27 au 30 octobre

Tarif salarié :
1 600 euros HT
Financement individuel :
1 350 euros TTC

PERF-DREAM

Pour aller + loin

1. **Flash**
2. **HTML5**

FLASH

• OBJECTIF

Dynamiser des sites Web avec des sons et des animations. Créer des animations élaborées sans programmation complexe. Exploiter les animations interactives. Intégrer ses animations dans des pages HTML.

• PUBLIC

Graphistes, maquettistes, journalistes, dessinateurs, illustrateurs et photographes.

• PROGRAMME

L'interface du logiciel

Le scénario (calques, images, défilement). La scène. Palette des outils. Les propriétés.

Techniques d'animation

Image par image. Interpolation de forme. Interpolation de mouvement. Guide de déplacement.

Outils de production

Les masques. Les symboles. Les bibliothèques. Utilisation des occurrences. Couleurs et opacité.

Import de médias externes

Images (import d'Illustrator et de Photoshop). Sons. Vidéos.

ActionScript

Contrôle de la tête de lecture avec ActionScript.

La publication

Les paramètres de publication.
Les différents formats d'exportation.

Durée 4 jours

Sessions 2014

- Du 17 au 20 février
- Du 18 au 21 novembre

Tarif salarié :
1 600 euros HT
Financement individuel :
1 350 euros TTC

PERF-FLASH

Pour aller + loin

1. **Dreamweaver**
2. **HTML5**

MOTION

Durée 3 jours

Sessions 2014
- Du 10 au 12 février
- Du 22 au 24 septembre

Tarif salarié :
1 125 euros HT
Financement individuel :
1 010 euros TTC

PERF-MOTION

Pour aller + loin
1. **Final Cut Pro X**
2. **Premiere Pro**

• OBJECTIF

Ce stage vous permettra de prendre en main un outil idéal pour créer, sur Final Cut Pro X, des effets, transitions et titres remarquables. Un outil professionnel pour doper habillages et animations, concevoir des techniques de compositing 2D/3D spectaculaires.

• PUBLIC

Photographes, graphistes et infographistes, journalistes, webmasters, réalisateurs.

• PROGRAMME

Présentation
Paramétrage de l'interface. La logique de travail. Description de la palette d'outils.

Création d'un projet Motion
Paramétrage du format vidéo. Principe de l'animation à partir d'images-clés. Import des rushs vidéo, photo et son.

Création d'un texte animé
Mise en place d'images-clés sur les différents paramètres de transformations (position, échelle…). Utilisation des effets, des comportements et des filtres (flous, ombres…). Tracking.

Création d'une animation dans un environnement en trois dimensions
Création d'une ou de plusieurs caméras. Gestion de l'espace 3D. Compositing dans un environnement en 3D.

Compositing
Création d'un diaporama évolué. Utilisation des masques. Création de forme. Compositing vidéo. Aperçu de la gestion des effets préprogrammés. Utilisation des filtres de correction visuelle.

Export vers Final Cut X
Création d'un modèle pour Final Cut X avec zone de drop.

Export simple
Export d'un fichier vidéo autonome.

ILLUSTRATOR

Durée 4 jours

Sessions 2014
- Du 17 au 20 mars
- Du 21 au 24 juillet
- Du 13 au 16 octobre

Tarif salarié :
1 500 euros HT
Financement individuel :
1 350 euros TTC

PERF-ILUST

Pour aller + loin
1. **InDesign I et perfectionnement**
2. **Photoshop**

• OBJECTIF

Rendre facilement accessibles les bases de ce logiciel vectoriel en utilisant une méthode très progressive reposant sur l'exemple. Les participants apprendront à réaliser des dessins vectoriels pour fabriquer des pictos, logos, illustrations, cartes, graphiques et infographies de presse simples.

• PUBLIC

Maquettistes, graphistes, journalistes, éditeurs. Aucune connaissance précise en dessin n'est exigée pour ce cours d'initiation.

• PROGRAMME

Les pictogrammes et autres dessins simplifiés
Comprendre la logique du dessin vectoriel avec l'utilisation des formes géométriques et des outils de transformation (la flèche blanche, l'ajout/suppression de points d'ancrage…).
Transformation d'images bitmap (les images de Photoshop) en objets vectoriels.

La technique du dessin
L'outil-clé d'Illustrator : la Plume. Réalisation d'infographies de presse avec les autres outils de dessin (Crayon et Pinceau). Une base scannée servant de modèle permettra de trouver les idées graphiques nécessaires.

Les logos, affiches ou autres objets de communication
Utilisation de l'outil Texte dans toute sa complexité (texte vectorisé, curviligne…).

Les plans et les cartes
Très utilisé en magazine, pub…, ce thème combine les techniques du dessin et l'utilisation des découpes avec le Pathfinder.

Les graphiques
Camemberts, graphiques à barres, etc, à plat ou en 3D : des outils incontournables.

INDESIGN (NIVEAU I)

• OBJECTIF

Comprendre le mécanisme de fabrication de n'importe quel type de page (magazines, pubs…) : gestion des pages, saisie, importation et modification du texte, provenance et utilisation des images.

• PUBLIC

Maquettistes, graphistes, journalistes rédacteurs et secrétaires de rédaction.

• PROGRAMME

La préparation du travail

Analyse de publications : contenu, format, nombre de pages… Les travaux personnels des stagiaires peuvent être étudiés.

Les pages d'un document

Placement et structuration des pages en fonction de l'objet à réaliser (pages en vis-à-vis ou non, découpage d'un magazine en rubriques, les gabarits, etc.). Techniques pour couler le texte.

Les éléments de la page : les blocs

Déplacement, suppression, duplication et interaction des blocs. Modification de leur aspect (couleurs, formes, contours).

Le texte

La hiérarchisation du texte (titre, chapô…) et son enrichissement. Comment travailler vite et bien : apprentissage de techniques comme les styles.

Les images

Convergence vers le logiciel de création d'images Photoshop, pour vérifier que les images sont compatibles avec les besoins de l'imprimeur (mode des couleurs, formats, etc.).

L'enregistrement du travail

Rassembler tous les fichiers nécessaires à l'imprimeur. L'enregistrement en PDF.

Durée 4 jours

Sessions 2014

- Du 21 au 24 janvier
- Du 8 au 11 avril
- Du 24 au 27 juin
- Du 25 au 28 novembre

Tarif salarié :
1 500 euros HT

Financement individuel :
1 350 euros TTC

PERF-INDES

Pour aller + loin

1. InDesign perfectionnement
2. Illustrator
3. Photoshop

INDESIGN (PERFECTIONNEMENT)

• OBJECTIF

Révision des connaissances. Savoir réaliser un magazine, un livre ou un document de communication. Ce stage aborde les outils indispensables à une mise en pages adaptée à chaque support.

• PUBLIC

Toute personne ayant déjà une expérience d'InDesign.

• PROGRAMME

Organisation et gestion du texte

Comment structurer son document quand on fait un livre, un magazine ou un document court de communication.

Les gabarits : quel contenu et comment les utiliser (numérotation automatique des pages, pieds de page, rubriques, etc).

Répartition du texte sur les pages : différents types de chaînage du texte…

Les subtilités des styles de paragraphes (les imbrications…). La correction du texte. Les tables des matières automatiques. Le calage des lignes de texte sur les grilles des lignes de base. Autres alignements (tabulations, filets de paragraphe, blocs ancrés).

Rappel : les règles de mise en pages (approches, espaces, césures…).

Les images

Convergence vers Photoshop : analyse des formats et de la résolution des images pour l'imprimeur. Enrichissement des images et dessin vectoriel dans InDesign. Passages faciles d'Illustrator vers InDesign.

Rappel : la quadrichromie, les couleurs Pantone, la gestion du nuancier.

Habillages et détourages : couches alpha, chemins de détourage.

La finalisation

Création du modèle final.

Vérification du document pour l'imprimeur : l'assemblage pour le format InDesign et le format PDF.

Durée 3 jours

Sessions 2014

- Du 14 au 16 avril
- Du 17 au 19 décembre

Tarif salarié :
euros HT

Financement individuel :
1 010 euros TTC

PERF-INDES2

Pour aller + loin

1. Illustrator
2. Photoshop

PHOTOSHOP (NIVEAU I)

Durée 4 jours

Sessions 2014

- Du 27 au 30 janvier
- Du 8 au 11 juillet
- Du 20 au 23 octobre

Tarif salarié :
1 500 euros HT
Financement individuel :
1 350 euros TTC

PERF-PHSHP

Pour aller + loin

1. Photoshop perfectionnement
2. Illustrator
3. InDesign I et InDesign perfectionnement

• OBJECTIF

Apprendre les notions de base de l'image numérique pour pouvoir retoucher les photos et créer des photomontages.

• PUBLIC

Maquettistes, graphistes, photographes, journalistes.

• PROGRAMME

L'image numérique
Notions de taille d'image et de résolution.

Les modes de couleur
Pour le print : CMJN, niveaux de gris et bitmap ; pour le Web : RVB.

La présentation de l'image
Recadrage et rotation des images ; agrandissement de la zone de travail ; redimensionnement proportionnel ; déformation…

Les premières retouches de l'image
Modifier les contrastes et les couleurs avec les calques de réglage, sans modifier directement l'image (Niveaux, Teinte et saturation, Vibrance…). Corriger les défauts de netteté de l'image avec des filtres (Atténuation, Renforcement). Nettoyer l'image avec les outils de correction (Tampon, Correcteur, Densité plus et moins, etc.).

Les calques
Création, liaison et fusion des calques. L'ordre des calques et leur regroupement.

Les masques de fusion
Isoler des parties d'image.

Les styles de calque
Apporter des enrichissements : ombres portées, couleurs…

Les modes de fusion
Effets apportés aux pixels par la palette Calques.

Le détourage
Les outils : baguette magique, lassos. Le mode Masque. L'enregistrement des sélections. Les tracés (outil Plume).

L'enregistrement et l'exportation des fichiers
Passage vers les logiciels de la PAO : XPress et InDesign.

PHOTOSHOP (PERFECTIONNEMENT)

Durée 3 jours

Sessions 2014

- Du 24 au 26 février
- Du 15 au 17 juillet
- Du 19 au 21 novembre

Tarif salarié :
euros HT
Financement individuel :
1 010 euros TTC

PERF-PHSHP2

Pour aller + loin

1. Illustrator
2. InDesign I et InDesign perfectionnement

• OBJECTIF

Vérification des acquis. Rappel et approfondissement des méthodes de traitement de l'image, des corrections chromatiques, des détourages et des montages photo non destructifs. Préparation pour l'impression.

• PUBLIC

Maquettistes, graphistes, dessinateurs, photographes, journalistes ayant déjà des notions de base de Photoshop.

• PROGRAMME

Le montage
Les calques et masques de fusion. Les calques et filtres dynamiques.

La déformation d'images (Fluidité, Point de fuite)
Les calques de formes. Les détourages complexes et la révision de l'outil Plume.

Les couleurs
Le réglage des couleurs. Les modes de la couleur. Le travail sur les couches, les tons directs et la bichromie.

La retouche photo
Révision sur les retouches photo non destructives par les calques de réglage.

Le texte
Le texte curviligne et captif. La déformation du texte (pixellisation et vectorisation). Révision sur les Styles de calque.

Certaines fonctions nouvelles du logiciel
L'échelle fondée sur le contenu. Le remplissage d'après le contenu. La déformation de la marionnette…

L'automatisation du travail
Initiation aux scripts. Traitement par lots.

L'enregistrement
L'enregistrement en vue d'une réception des images dans les logiciels de PAO (InDesign et XPress). L'enregistrement pour le Web. Les formats d'enregistrement utiles.

L'impression
L'impression offset et l'impression .

FINAL CUT PRO X (NIVEAU I)

• OBJECTIF

Le célèbre logiciel de montage a été repensé de A à Z. Ce stage vous permettra d'apprendre à optimiser un logiciel dont la timeline magnétique change les habitudes du montage et de la postproduction. De l'importation à la diffusion, il vous aidera à maîtriser le nouvel outil d'Apple, tourné résolument vers le multimédia.

• PUBLIC

Photographes, graphistes et infographistes, journalistes, webmasters, réalisateurs.

• PROGRAMME

Premiers pas

Présentation de l'interface et de la nouvelle arborescence de FCP X. Création d'un nouveau projet. Préparation et importation des données (vidéo et son). Définition des différents formats vidéo supportés. Organisation des chutiers de données, utilisation des collections de mots-clés, des favoris et des plans rejetés. La timeline magnétique. Fonction de base et sélection des clips avec les raccourcis clavier.

Montage d'une interview

Dérushage avec l'utilisation de mots-clés et de collections intelligentes. Création d'un premier bout à bout (BAB). Les outils de sélection, de coupe et de raccord. Définition d'un plan de coupe et des illustrations. Insertion des illustrations. La gestion des pistes son. Insertion et réglage des niveaux audio des différentes sources sonores (direct, ambiance, musique…).

Animation, correction et titrage

Insertion d'un texte, d'un titre. Animation d'une photo. Étalonnage simple : correction de la colorimétrie. Les formats de diffusion.
Réaliser un export.
Prise en main complète et méthodologie de production.

Durée 4 jours

Sessions 2014
- Du 17 au 20 mars
- Du 21 au 24 juillet
- Du 15 au 18 décembre

Tarif salarié :
1 500 euros HT
Financement individuel :
1 350 euros TTC

PERF-FCP

Pour aller + loin

1. **Final Cut Pro X perfectionnement**
2. **Motion**

FINAL CUT PRO X (PERFECTIONNEMENT)

• OBJECTIF

Le célèbre logiciel de montage a été repensé de A à Z. Ce stage vous permettra d'apprendre à optimiser un logiciel dont la timeline magnétique change les habitudes du montage et de la postproduction. De l'importation à la préparation à la diffusion, il vous aidera à maîtriser le nouvel outil d'Apple, tourné résolument vers le multimédia.

• PUBLIC

Photographes, graphistes et infographistes, journalistes, webmasters, réalisateurs.

• PROGRAMME

Révision des bases. Apprentissage des fonctions avancées. Gestion des supports vidéo DSLR de type 5 d Mark II et III, D 800… Montage multicaméra, synchronisation des rushs issus de sources diverses (Zoom H4, Mark II). L'habillage et la gestion des filtres avancés : animation des masques.
Aperçu des différents plugin présents sur le marché.
Passerelle avec le logiciel de Motion 5. Création de textes, de titres et d'animations. Étalonnage colorimétrique. Exports.

Durée 3 jours

Sessions 2014
- Du 5 au 7 mai
- Du 15 au 17 septembre

Tarif salarié :
euros HT
Financement individuel :
1 010 euros TTC

PERF-FCP2

Pour aller + loin

1. **Motion**
2. **Premiere Pro**

PREMIERE PRO (NIVEAU I)

Durée 4 jours

Sessions 2014
- Du 31 mars au 3 avril
- Du 1er au 4 juillet
- Du 13 au 16 octobre

Tarif salarié :
1 500 euros HT

Financement individuel :
1 350 euros TTC

PERF-PRMPR

Pour aller + loin

1. Premiere Pro perfectionnement
2. Motion

• **OBJECTIF**

Apprendre à utiliser un outil incontournable de montage vidéo professionnel sur Mac et PC.

• **PUBLIC**

Photographes, graphistes et infographistes, journalistes, webmasters, réalisateurs.

• **PROGRAMME**

Présentation

Les différentes fenêtres, leurs fonctions. Les formats, supports, normes et termes nécessaires à la bonne compréhension du montage vidéo.

Capture ou numérisation

Définition de la numérisation, intérêt du dérushage. Définition des deux différents modes de numérisation : par plan ou par lot. Mise en application : explication de la fenêtre de numérisation, rôle des time codes. Importation d'éléments autres que la vidéo : son, image fixe, animations. Compatibilité des formats, codecs.

Montage

Montage trois points : définition, explication de l'importance du in et du out dans le rush et sur la timeline. Les outils de base, leurs particularités : Sélection, Roll, Rasoir, Plume. Outil Plume : premiers effets (fondus, transitions audio et vidéo). Magnétisme, sélections liées, etc. Fusion des pistes. Effets et transitions. Description de la palette d'effets, application des effets, notion de rendu. Onglet Filtre : paramétrage des effets. Animation, titrage et exportation. Définition de l'animation et de l'image-clé : accélération, ralenti, inversion, zoom, déplacement, rotation.

Définition de l'outil Titrage (paramétrage, onglet contrôle et pratique). Outils d'étalonnage et de mixage. Les trois types d'exportation.

PREMIERE PRO (PERFECTIONNEMENT)

Durée 3 jours

Sessions 2014
- Du 7 au 9 avril
- Du 10 au 12 décembre

Tarif salarié :
1 125 euros HT

Financement individuel :
1 010 euros TTC

PERF-PRMPR2

Pour aller + loin

1. Motion
2. Final Cut Pro X

• **OBJECTIF**

Apprendre à utiliser un outil incontournable de montage vidéo professionnel sur Mac et PC.
Les formats numériques de production et de compression.
Acquisition vidéo et audio.
Le montage (modes de montage en palette outils, synchronisation, etc.).
Animation, effets, titrage, générique.

• **PUBLIC**

Photographes, graphistes et infographistes, journalistes, webmasters, réalisateurs.

• **PROGRAMME**

Révisions des bases. Préparation des chutiers pour le montage : tri et recherche des clips. Navigation dans la timeline, fenêtre de raccord et de trim dynamique. Création d'un titrage simple et d'un générique défilant : Title Designer et Creative Titles. Module de trajectoire. Gestion de la synchronisation, Match Frame, marqueurs... Transitions et filtres vidéo. Gestion des keyframes Envoi d'une séquence dans Audition pour le mixage. Gestion de la vitesse et images fixes : time remapping controls. Correction colorimétrique. Création de multiplans en vue d'un montage multicaméra. Complémentarité avec Photoshop et After Effects. Utilisation de Media Encoder. Exportation et compression...

BASES DE L'ICONOGRAPHIE

• OBJECTIF

Perfectionner ses connaissances dans des domaines précis : sourcing, recherche et éditing, approche des outils informatiques et de la législation du droit d'auteur et du droit à l'image.

• PUBLIC

Rédacteurs photo, rédacteurs et secrétaires de rédaction, correcteurs, maquettistes, documentalistes.

• PROGRAMME

Culture numérique

Les bases de la photographie numérique (fichier, format, résolution, print ou Web, compression…).

Méthodologies d'iconographie

Approche des méthodologies d'éditing sous Bridge (étiquettes, notes, collections).

Identification des sources d'images disponibles : agences filaires, banques d'images généralistes et d'entreprise, fonds de photographies spécialisés, photographes indépendants, collectifs, etc.

Les métadonnées pour mieux trouver.

Méthodologies de recherche

La recherche avancée. Exercices de recherche iconographique à partir de sujets d'actualité, éditing. Organisation et brief pour un reportage photographique.

Initiation au droit

Droit d'auteur et droit à l'image : les textes du Code de la propriété intellectuelle et les jurisprudences. Les licences Web.

Les différents statuts des prestataires : pigistes, auteurs, travailleurs indépendants.

Les barèmes en vigueur.

Durée 3 jours

Sessions 2014

- Du 13 au 15 mai (*)
- Du 22 au 24 septembre

Tarif salarié : 1 350 euros HT

Financement individuel : 1 010 euros TTC

PERF-ICONO

Pour aller + loin

1. **Droit à l'image et droits de l'image**
2. **Photoshop**
3. **Éditer et réaliser un diaporama multimédia**

SOURCES ET RECHERCHES ICONOGRAPHIQUES

• OBJECTIF

Connaître les bases de données iconographiques permettant une recherche pointue de visuels de type éditorial ou d'illustration et savoir chercher dans leurs fonds. Ce stage de 3 jours dresse un panorama et donne des méthodologies de recherche parmi les sources iconographiques incontournables de l'information et de l'illustration. Un rappel des risques juridiques est également abordé.

• PUBLIC

Iconos, photographes, secrétaires de rédaction, responsables de communication, attachés de presse d'entreprise, de collectivité et d'association.

• PROGRAMME

Sources iconographiques

Les sources d'agence. Les agences filaires. Getty Images. Les sources de collectifs. Les sources d'illustration. Les sources amateures, institutionnelles.

Le domaine public. Les images en Creative Commons. Les sources libres de droits. Les agrégateurs Pixpalace, AgenceOnLine, Google Images.

La recherche par similarité et par couleur.

Les problématiques de recherche

Les métadonnées, les mots-clés. La recherche plein texte.

Les fondamentaux déontologiques et juridiques

Exercices pratiques.

Durée 3 jours

Sessions 2014

- Du 6 au 8 janvier
- Du 14 au 16 avril
- Du 12 au 14 novembre

Tarif salarié : 1 350 euros HT

Financement individuel : 1 010 euros TTC

PERF-WBICO

Pour aller + loin

1. **Organiser sa veille sur le Web**
2. **Éditer pour le Web**

Les cours à

PARTAGER LES COURS ET LES MÉTHODES PÉDAGOGIQUES DE L'ÉCOLE

Avec des cours spécifiques, des rendez-vous en vidéo et des corrections en ligne, les nouvelles formations à distance permettent de progresser à son rythme.

CORRECTION

L'objectif de cette formation est d'acquérir des méthodes de correction et de relecture de textes écrits.

Elle est fondée sur un envoi de cours par courrier tous les quinze jours. Chaque envoi est composé de deux parties :

- un cours général ;
- des exercices d'application.

Les exercices doivent être effectués et renvoyés, en respectant le calendrier, dans les enveloppes fournies. Vos exercices corrigés vous seront ensuite retournés lors d'un envoi ultérieur.

1re partie : révisions, mise à niveau

Le nom, le verbe. Les accords des participes passés, les adjectifs. L'accord du verbe avec le sujet. Zoom sur « tout », « tel », « quelque ». Les participes: cas particuliers. La concordance des temps. Les fonctions dans la phrase simple et dans la phrase complexe.

2e partie : correction typographique dans l'édition

Introduction générale (la chaîne du livre, les règles de la correction typo). Introduction au code typo. L'emploi de la capitale. L'emploi de la petite capitale et de la bas de casse. L'emploi de l'italique et du romain. Les abréviations, les symboles, les sigles. L'écriture des nombres. Les citations, les notes. L'emploi des guillemets, la présentation des dialogues, etc. La bibliographie, l'index, la table des matières, le sommaire. Les secondes épreuves, la finalisation de la relecture.

Prochaines sessions : du 23 octobre 2013 au 18 juin 2014

Tarif salarié : 2 900 euros HT, tarif individuel : 1 450 euros TTC

Renseignements
Camille Bienstman : 01 53 24 68 74
camille.bienstman@emi-cfd.com ou www.emi-cfd.com

REF : FAD-COR

distance

DES MÉTIERS DE L'INFORMATION

NOUVEAU : INDESIGN

InDesign a ceci de formidable que, une fois maîtrisé, il peut tout faire, ou presque. Il est indispensable pour de nombreux métiers et fait aussi bien le bonheur du graphiste que celui du secrétaire de rédaction, de l'éditeur, du photographe, de la secrétaire…

Nous proposons une formation en 10 leçons, espacées de deux semaines.

Le principe est le suivant :

- une rencontre en visioconférence, tous les quinze jours, durant laquelle le thème de la leçon est développé ;
- un envoi en PDF de la leçon théorique et des exercices s'y rapportant;
- un retour en PDF par les stagiaires des exercices effectués au plus tard trois jours avant la leçon suivante.

Leçon 1 :	Présentation de l'interface. Premières utilisations du texte.
Leçon 2 :	L'image. L'habillage de texte.
Leçon 3 :	La correction. Les règles de mise en pages.
Leçon 4 :	Les styles de paragraphes. Les styles de caractères.
Leçon 5 :	Les gabarits.
Leçon 6 :	Les tabulations. Les filets. Les tableaux.
Leçon 7 :	Placement du texte dans un bloc. Blocs ancrés. Gestion des couleurs. Création de dégradés. Effets d'objet.
Leçon 8 :	Les blocs associés et verrouillés. Le contour des blocs. Le pathfinder. Le vectoriel. Les déplacements et copies. L'alignement des objets. Les outils de transformation.
Leçon 9 :	Les premier plan et arrière-plan. Les calques. Les calques et le gabarit. La création d'un dépliant et d'autres documents de communication.
Leçon 10 :	Préparation pour l'imprimeur. Les PDF. L'interactivité des documents InDesign.

Prochaines sessions : du 23 octobre 2013 au 12 mars 2014

Tarif salarié : 1 950 euros HT, tarif individuel : 1 100 euros TTC

Renseignements
Camille Bienstman : 01 53 24 68 74
camille.bienstman@emi-cfd.com ou www.emi-cfd.com

REF : FAD-IND

Les cours du

DÉCOUVRIR UN MÉTIER, DES TECHNIQUES, DES PRATIQUES :

Organisés selon un rythme hebdomadaire, les cours du soir de l'emi permettent d'appréhender les bases de la pratique professionnelle.

Techniques de base du journalisme – 60 heures

Ce parcours de découverte du métier de journaliste propose d'acquérir les techniques rédactionnelles de base du journalisme de presse ou d'entreprise et d'améliorer la qualité de ses travaux écrits destinés à être publiés. La formation est axée sur la pratique et la mise en situation, et complétée en permanence par un suivi des stagiaires. Rythme : un mercredi soir par semaine et un samedi entier par mois.

Du 20 novembre 2013 au 8 mars 2014
Du 26 mars au 25 juin 2014
Du 19 novembre 2014 au 12 mars 2015
Tarif salarié : 3 200 euros HT, tarif individuel : 1 560 euros TTC
REF : CDS-TBJ

Les outils de la PAO – 60 heures

Le stage est consacré à l'apprentissage des deux logiciels incontournables de la maquette et du graphisme : InDesign et Photoshop. Exercices pratiques de création et de réalisation de journaux et de supports de communication. Le but est de développer une vision globale de la publication et de maîtriser les principaux logiciels Adobe utilisés dans la création de documents imprimés simples. Rythme : un mercredi soir par semaine et un samedi entier par mois.

Du 20 novembre 2013 au 8 mars 2014
Du 26 mars au 25 juin 2014
Du 19 novembre 2014 au 12 mars 2015
Tarif salarié : 3 200 euros HT, tarif individuel : 1 560 euros TTC
REF : CDS-PAO

Les outils du graphisme Web – 60 heures

Cette formation s'intéresse aux outils de la création graphique sur le Web. Vous apprendrez à utiliser Dreamweaver, Flash et Photoshop.

Vous pouvez suivre cette formation par module selon vos besoins.

Du 20 novembre 2013 au 8 mars 2014
Du 26 mars au 25 juin 2014
Du 19 novembre 2014 au 12 mars 2015
Tarif salarié : 3 200 euros HT, tarif individuel : 1 560 euros TTC
REF : CDS-WEB

soir

SIX PROGRAMMES ET PLUSIEURS SESSIONS ANNUELLES

Nouveau : Faire vivre son blog - 30 heures

Savoir créer, mettre en œuvre un blog, le faire vivre et lui assurer un bon référencement : ce module de 30 heures permettra aux stagiaires d'acquérir les techniques et les procédures leur permettant d'animer leur blog sur le plan rédactionnel. Outre l'apprentissage des outils spécifiques seront travaillés le ton, le style, l'organisation et la publication d'éléments multimédias, la gestion de sa communauté, la présence sur les réseaux sociaux. Le cadre juridique et le statut du blog seront également étudiés.

Du 20 novembre 2013 au 8 janvier 2014
Du 26 mars au 14 mai 2014
Du 19 novembre 2014 au 7 janvier 2015
Tarif salarié : 1 600 euros HT, tarif individuel : 790 euros TTC
REF : CDS-BLO

Correction-relecture - 60 heures

Chasser les fautes, améliorer la qualité des textes : ce parcours d'initiation fondé sur la pratique intensive d'exercices en situation permet d'assimiler les règles essentielles de la correction et d'entraîner son œil afin d'obtenir une réelle maîtrise de la qualité des écrits. Rythme : un mercredi soir par semaine et un samedi entier par mois.

Du 20 novembre 2013 au 8 mars 2014
Du 26 mars au 25 juin 2014
Du 19 novembre 2014 au 12 mars 2015
Tarif salarié : 3 200 euros HT, tarif individuel : 1 560 euros TTC
REF : CDS-COR

Se lancer dans la pige - 60 heures

Un atelier pratique pour tous ceux qui souhaitent se lancer dans la pige. Quel statut choisir ? Comment vendre sa première pige ? Comment réaliser un synopsis accrocheur ? Comment se créer un réseau et l'entretenir ? Cette formation vous donnera les clés pour commencer une activité de pigiste indépendant.

Du 20 novembre 2013 au 8 mars 2014
Du 26 mars au 25 juin 2014
Du 19 novembre 2014 au 12 mars 2015
Tarif salarié : 3 200 euros HT, tarif individuel : 1 560 euros TTC
REF : CDS-PIG

Les cycles d'ao

PROFITEZ DE L'ÉTÉ POUR DÉCOUVRIR AVEC DIX PROGRAMMES

Étoffer ses compétences ou découvrir un nouveau métier : telle est la vocation de nos ateliers du mois d'août, conçus pour entrer dans un processus de professionnalisation rapide et efficace.

Initiation à l'écriture journalistique

98 heures - ETE-TBJ
Tarif salarié : 2 490 HT
Financement individuel : 1 870 TTC

Ce cycle de découverte du métier de journaliste propose d'acquérir les techniques rédactionnelles de base du journalisme de presse ou d'entreprise. Initiation aux genres journalistiques (brèves, interview, reportage…). Comment intéresser le lecteur. Construire ses textes. Savoir choisir ses sources. La formation est axée sur la pratique et la mise en situation, et prolongée en permanence par un suivi des stagiaires.
Du 28 juillet au 14 août 2014

Photo de presse

98 heures - ETE-PHO
Tarif salarié : 2 490 HT
Financement individuel : 1 870 TTC

Améliorer sa connaissance du matériel photographique et la qualité de ses prises de vue. Aiguiser son sens du cadrage. Acquérir les bases des techniques du reportage. Initiation à la gestion et à la retouche des images avec Photoshop. L'édition des sujets.
Du 28 juillet au 14 août 2014

Bases de la réalisation vidéo

Du 18 au 29 août 2014
70 heures - ETE-VID
Tarif salarié : 3 500 HT - Financement individuel : 2 150 TTC

Améliorer ses écrits

Du 18 au 29 août 2014
70 heures - ETE-ECRI
Tarif salarié : 1 960 HT - Financement individuel : 1 300 TTC

Se lancer dans la pige

Du 18 au 29 août 2014
70 heures - ETE-PIG
Tarif salarié : 1 960 HT - Financement individuel : 1 300 TTC

ût

DES MÉTIERS, DES OUTILS, DES PRATIQUES

Initiation au secrétariat de rédaction print et Web

98 heures - ETE-SR
Tarif salarié : 2 490 HT
Financement individuel : 1 870 TTC

Étude de l'ensemble des techniques rédactionnelles et des règles d'organisation nécessaires au secrétariat de rédaction. Les genres journalistiques. Les niveaux de lecture. Le code typographique. La titraille. Les coupes. S'initier au logiciel InDesign. La maquette. Les spécificités du Web et les formats rencontrés. Éditer des éléments multimédias. Exercices pratiques (texte, mise en pages, Web).
Du 28 juillet au 14 août 2014

Les outils de la PAO

98 heures - ETE-PAO
Tarif salarié : 2 490 HT
Financement individuel : 1 870 TTC

Le stage est consacré à l'apprentissage des logiciels de la maquette et du graphisme : InDesign, Photoshop et Illustrator. Exercices pratiques de création et de réalisation de journaux, de dépliants et d'infographies. Le but est de développer une vision globale de la publication et de maîtriser les trois logiciels Adobe utilisés dans la création de documents imprimés.
Du 28 juillet au 14 août 2014

Les outils du journalisme multimédia

Du 18 au 29 août 2014
70 heures - ETE-JRMUL
Tarif salarié : 1 960 HT - Financement individuel : 1 300 TTC

Les outils du graphisme Web

Du 18 au 29 août 2014
70 heures - ETE-WEB
Tarif salarié : 1 960 HT - Financement individuel : 1 300 TTC

Les nouveaux outils et supports de la communication associative

Du 18 au 29 août 2014
70 heures - ETE-COMM
Tarif salarié : 1 960 HT - Financement individuel : 1 300 TTC

Contact pro 01 53 24 68 68

Pratique

L'école

L'École des métiers de l'information est située au cœur de Paris, à deux pas des métros Château-d'Eau et Strasbourg-Saint-Denis. Les locaux de l'école, d'une surface de 1 000 m², sont ouverts du lundi au vendredi, de 9 à 18 heures. Les stages se déroulent de 9 h 30 à 13 heures et de 14 heures à 17 h 30. Chaque stagiaire dispose d'un ordinateur avec une connexion Internet haut débit, des logiciels actualisés, des fils AFP textes et photos. Les cours du soir ont lieu tous les mercredis ainsi qu'un samedi par mois.

Orientation et financement

Selon votre situation professionnelle, les modes de financement varient : congé individuel de formation (CIF), plan de formation des entreprises, droit individuel à la formation (DIF), période de professionnalisation, participation des conseils régionaux (nous consulter), financement individuel avec paiement en plusieurs fois.

Contactez nos conseillers au 01 53 24 68 68.

Parcours individualisés

Pour tout savoir sur les formations, les parcours, les conférences, pour un conseil ou une orientation, venez participer à nos portes ouvertes (une fois par mois le lundi à partir de 18 heures, et deux samedis par an en octobre et en janvier). Pour connaître la prochaine date : www.emi-cfd.com

Vous pouvez également obtenir des rendez-vous individuels auprès de nos conseillers. Une permanence sur rendez-vous a lieu tous les mercredis, de 17 à 19 heures.

Contacts financement

Salariés CDI et CDD : Maryse Pradines
maryse.pradines@emi-cfd.com
Demandeurs d'emploi et financements publics : Élise Morvan
elise.morvan@emi-cfd.com
Financements individuels et contact entreprises : Fidel Navamuel
fidel.navamuel@emi-cfd.com
Camille Bienstman
camille.bienstman@emi-cfd.com
Mise à jour permanente des stages, réunions d'information, tarifs, résultats des tests, actualité de l'école, des filières, des anciens, sur www.emi-cfd.com

Conditions tarifaires

Le tarif salarié s'applique à toute inscription bénéficiant d'un financement d'entreprise ou d'un organisme collecteur, dans le cadre d'un plan de formation, d'un congé individuel de formation, d'un CIF CDI ou CDD, ou d'un DIF. Pour les formations faisant l'objet d'un marché avec le conseil régional d'Île-de-France ou de tout autre financement public, des conditions spéciales sont proposées. Nous consulter. Le tarif financement individuel est strictement réservé aux personnes qui prennent entièrement en charge leur formation. Des facilités de paiement leur sont proposées. Les tarifs HT sont soumis à la TVA au taux de 19,6%.

Conditions générales

L'emi se réserve le droit de modifier les conditions générales de ce catalogue, ainsi que les tarifs et contenus des cours. L'emi se réserve le droit d'annuler ou de reporter une session à une date ultérieure, sans frais, si les conditions nécessaires au bon déroulement de la formation ne sont pas réunies.

Bulletin d'inscription

**À retourner à l'École des métiers de l'information,
7-9, rue des Petites-Écuries, 75010 Paris,
ou par fax au 01 53 24 68 88.**

Le stage

Intitulé du stage : . . . . . .

Date du stage : . . . . . .

Prix € HT : . . . . . .

Prix € TTC : . . . . . .

Le stagiaire

M. ❒ Mme ❒ Mlle ❒

Prénom : . . . . . .

Nom : . . . . . .

Adresse personnelle : . . . . . .

. . . . . .

Tél. personnel : . . . . . .

E-mail : . . . . . .

Fonction : . . . . . .

Vos attentes par rapport à la formation (points à développer plus particulièrement, etc.) :

. . . . . .

. . . . . .

. . . . . .

. . . . . .

. . . . . .

. . . . . .

Votre projet (poste envisagé, compétences à acquérir, etc.) :

. . . . . .

. . . . . .

. . . . . .

. . . . . .

. . . . . .

. . . . . .

. . . . . .

. . . . . .

. . . . . .

. . . . . .

. . . . . .

Pour être validé votre bulletin d'inscription doit être accompagné d'un acompte de 30% du montant total.

Nos formateurs

Jean Abbiateci (Papier Brouillon)
Pierre Astier (agent littéraire)
Aurélie Aubert (Paris VIII)
Victor Audouin
Mathilde Bardel (Entrez sans frapper)
Karen Bastien (WeDoData)
Pascale Berthault (SDC)
Hebba Bettayeb
Stéphane Blanchet
Patrick Boman
Benoît Boussard
Luc Briand (Libération)
Valérie Cabridens (Le Magazine littéraire)
Édith Canestrier
Armelle Canitrot (La Croix)
Silvina Carbone (TV5)
Ananda Cherer
Patricia Citaire
Arnaud Corbin
Jérôme Courivaud (Belin)
Marie-Amélie Cotillon (Duke Interactive)
Florence Curtet
Laurence Defranoux (Libération)
Géraldine Delacroix (Mediapart)
Guy Deloche (Moto Magazine)
Gilles Donada (Bayard)
Tristan Duhamel
Jean-Michel Dumay
Juliette Einhorn
Pascal Famery (Clemi)
Antoine Ferrando
Laurence Folie
Isabelle Fougère (Le Figaro Magazine)
Jean-Paul Geai (Que choisir)
Alice Guerlot-Kourouklis
Lin Guillou
Julien Hasenfratz
Natacha Henry
Gerald Holubowicz
Mat Jacob (Tendance Floue)
Joseph Jacquet (France Télévisions)
Pascal Joube (Lune bleue)
Robert Jules (La Tribune)
Émilie Juvin
Hédi Kaddour
Alain Kaiser
Sabrina Kassa
Nicolas Kayser-Bril (Journalism++)
Philippe Kohn
Florent Latrive (liberation.fr)
Alain Le Bacquer
Arnaud Lebassard
Bernard Lefort
François Le Gall
Catherine Léger
Patrick Lenormand (emi Grand Ouest)
John-Paul Lepers (latelelibre.fr)
Sébastien Leplaideur (Belin)
Antoinette Lorenzi
Anne-Marie Macé (droit)
Vincent Marchi (Cellfish)
Éric Marquis (L'Express)
Joseph Melin
Tristan Mendès France (egoblog.net)
Dominique Meyer
Florent Maurin
Dominique Morvilliers (Rififi Communication)
Édith Nuss (My Twatch)
Jean-Marie Ozanne (Chantefable)
Emmanuel Paillardon
Laure Pécher
Michèle Pedinielli (Le Tour de la bouée)
Jacqueline Peragallo
Jean-Philippe Pisanias
François Plet
Bertrand Ploquin
Claire Prat-Marca
Olivier Quelier
Matthieu Recarte
Annick Rivoire (poptronics.fr)
Patrick Roger (Le Monde)
Olivier Roller
Paolo Roversi
Julien Simon (Walrus)
Isabelle Sivan (droit)
Renaud Skyronka
Florence Souillot (Flammarion)
Virginie Terrasse (Hans Lucas)
Emeric Therond
Hélène Viala
Pierre Vincent
Lorenzo Virgili
Élisabeth Weissman
Anne Zweibaum (L'Atelier d'édition)

Liste complète de nos intervenants
sur www.emi-cfd.com

Équipe

Président-directeur général :
François Longérinas
Directrice administrative et financière :
Marie-Geneviève Lentaigne
Directeur du développement :
Fidel Navamuel
Directeur pédagogique :
Jean Stern
Secrétaire générale et responsable du pôle conseil en formation :
Maryse Pradines
Journalisme : Marc Mentré et Judith Rueff
SR : Dominique Patte
Graphisme : Martine Billot
Communication : Philippe Merlant
Photo : Gilles Collignon
Édition : Nathalie Weil
Multimédia : Jean Sylvestre
Vidéo : Laurent Catherine
Reporter citoyen : Sabah Rahmani
Outils du Web et site : Henri Grinberg
Outils de la PAO : Sophie Fourré
Réseau et développement technique :
Alain Delauney
Action commerciale et marketing :
Camille Bienstman
Coordinatrice des programmes sur mesure :
Sophie Lemoine
Conseillère en formation et chargée de communication : Élise Morvan
Gestion des ressources humaines :
Odile Villeret
Comptable : Damir Sosic
Accueil et conseil en formation : Djamila Mékaoui, Caroline Izoret-About

Ours de ce catalogue

Directeur de publication :
François Longérinas
Coordinateur et rédacteur en chef :
Jean Stern
Rédactrice : Sophie Lemoine
Directeur artistique : Jean-François Treillou

Secrétaire de rédaction : Dominique Patte
Maquettiste : Sophie Fourré
Correcteur : Patrick Boman
Imprimé en France sur papier recyclé par l'Imprimerie Chauveau

www.emi-cfd.com

01 53 24 68 68

Rien de ce qui touche au traitement de l'information ne nous est étranger

CINQ RAISONS DE VENIR À L'EMI

- apprendre un métier grâce à des parcours qualifiants
- s'approprier les pratiques multimédias au cours de stages de perfectionnement
- développer des compétences pointues avec des modules de courte durée
- s'initier aux techniques des médias en participant aux cours du soir, aux stages d'été, ou en suivant nos formations à distance
- construire des parcours de formation individualisés

emi

SCOP à capital variable RC Paris 400 396 222

7-9, rue des Petites-Écuries, 75010 Paris
Tél. : 01 53 24 68 68 • Fax : 01 53 24 68 88
Contact : cfd@emi-cfd.com